**Сегментирование потенциальных покупателей**

Около 71% - будущие и настоящие мамы в возрасте от 21 до 35 лет

Около 14% - будущие и настоящие папы в возрасте от 19 до 40 лет

Около 11% - родственники молодых родителей

Около 4% - случайные покупатели (в основном одноразовые «дорогие» покупки на подарок)

**Портрет покупателя**

**Социально-демографические характеристики.** Женщина 21-35 лет со средним семейным доходом в размере 22000-38000 рублей, проживающая в Москве или Московской области. Состоит в официальном или гражданском браке, имеет 1-2 детей.

**Психографические характеристики.** В большей степени прагматик, однако, немного романтики в ее личности также присутствует. Скорее сангвиник, определенная степень флегматичности тоже может быть. Иногда может совершать эмоциональные, необдуманные поступки. Обычно принимает решения, исходя из нескольких факторов: внешняя эстетика (что подумают окружающие), желание сделать прямо сейчас, личная выгода.

**Ценности и образ жизни.** До появления ребенка вела активный, подвижный образ жизни. Сейчас вынуждена на время притормозить, осесть дома. Этот факт немного ее расстраивает – ведь она привыкла делать то, что хочется ей. Но наличие Интернета спасает положение: она имеет возможность делать привычный «шоппинг», не выходя из жома. Она покупает вещи по Интернету – для себя, мужа, ребенка. Считает это удобным и рада, что не нужно просить мужа, родственников или подруг что-либо купить – ведь только она сама может найти и купить то, что нужно, а остальные вечно приносят всякую неподходящую ерунду!

Она теперь не может много времени уделять поискам – она ищет понятные сервисы, работающие по принципу «увидел-заказал-получил».

**Отношение к ребенку. Воспитание ребенка.** Стремится обеспечить удобство своему ребенку и в то же самое время хочет быть динамичной, необремененной лишними хлопотами. Одобряет и активно использует всевозможные средства, облегчающие уход за маленьким ребенком.

Для нее важно дать ребенку все – для нормального роста и развития – и вместе с тем она не зацикливается на «детских» вопросах, она не является мамой наседкой. Она считает себя современной мамой, которая принимает и пользуется всеми благами человеческой цивилизации для полноценного развития и воспитания своего ребенка.

Ее позиция очень прямолинейна. Она любит своего ребенка и искренне считает его самым-самым. Она хочет дать ребенку самое лучшее из того, что может ему дать. Она думает «Мой ребенок – особенный! Он не должен сливаться с общей массой других детей в саду, в парке или на детской площадке, он не должен быть «как все»!» - вот ее основная позиция по поводу того, как должен выглядеть и вести себя ее ребенок.

Доход семьи не позволяет приобретать для ребенка дорогие брендовые вещи, но и в дешевые вещи из сетевых магазинов ее тоже не устраивают. Она всегда выбирает лучшее из того, что может позволить, исходя из семейного бюджета. Она скорее откажет в чем-то себе или другим членам семьи, нежели не купит ребенку понравившуюся вещь, которая будет выделять последнего, вызывать восхищение окружающих или которая покажется ей нужной для полноценного развития.

Еще один важный вопрос для нее – это здоровье и безопасность ребенка. Она хочет быть уверенной, что одежда игрушки, средства ухода и гигиены абсолютно безопасны для ее малыша. Она готова заплатить больше, если речь идет о комфорте и безопасности ее ребенка.

**«Детские» проблемы, которые ее больше всего волнуют.**

***Здоровье и полноценное развитие ребенка*.** *Как вырастить здорового ребенка? Как избежать проблем, связанных с детскими болячками?* *Как ускорить развитие ребенка?* *Не вредны ли памперсы?*  *Какую смесь выбрать? Как правильно вводить прикорм? Каким кремом мазать, чтобы не возникло аллергии? Пользоваться ли детскими влажными салфетками?* Она хочет, чтобы ее чадо росло здоровым, и готова покупать для него вещи, игрушки и средства гигиены, которые безопасны, развивают, оказывают благотворное влияние на самочувствие и настроение ребенка.

***Экономия времени и сил.*** *Где взять время на себя и на мужа? Как организовать уход за ребенком, чтобы тратить по минимуму сил?*

***Безопасность и «нужность» игрушек и игр.*** *Какие игрушки обязательно должны «быть в наличии» у ребенка, а какие – просто «блажь» родителей? Какие игрушки подходят для определенного возраста? Как узнать, безопасна ли игрушка? На что обращать внимание при покупке игрушек?*

**Модели потребительского поведения.**

За первые годы жизни ребенка она несколько раз меняет модели потребительского поведения:

***Модель первая. «Покупаю все, что нравится».*** Обычная эта модель поведения – по достижению ребенком одного- полуторагодовалого возраста. Бездумно - с одобрения мужа или без него - и не слушая представителей старшего поколения (маму, свекровь) покупает одежду и игрушки, исходя из принципа : мне бы она точно понравилась, у моего сына (моей дочки) должно быть все! Она в ажиотаже, в драйве – у нее родился ребенок. Она счастлива и хочет «бросить к ногам» малыша весь мир, но поскольку он еще совсем кроха, может выразить свой восторг, свою радость в покупке новых красивых вещей и игрушек. Много покупает на вырост: понравилась вещь или игрушка, но сейчас еще не по возрасту, но все равно куплю подрастет – будет потом носить/играть.

***Модель вторая. «Обращаю внимание на мелочи».*** Мама уже набирается немного опыта и начинает обращать внимание не только на внешний вид и качество, но и на мелочи: застежка в удобном месте, отсутствие на игрушке мелких деталей и т.п.

***Модель третья. «Подхожу к покупкам очень вдумчиво».*** Как правило, такая модель поведения характерна для мам «со стажем», у которых есть старшие дети. Она не тратит деньги просто для удовольствия, не покупает, на ее взгляд, ненужных красивых и милых вещичек – ведь у нее еще есть уже подросшие дети со своими нуждами, а бюджет семьи не резиновый. Она тщательно взвешивает каждую покупку, пытается вспомнить, действительно была ли нужна эта вещь ее старшему ребенку, можно ли сейчас обойтись без нее.

**Рекомендации по предложениям, акциям и расстановке акцентов в магазине**

1. Разделить все товары по возрастным категориям – мамы и тем более папы часто не знают, что лучше всего подойдет ребенку в этом возрасте. «Самым маленьким», «Малышам от 6 месяцев до года», «Деткам от года до двух лет» и т.п.
2. Подробно и доступно расписать на главной, почему маме следует задуматься о покупке именно в этом интернет-магазине. В чем конкурентные преимущества товаров, представленных здесь?
3. Давать скидки зарегистрированным пользователям и постоянным покупателя – «Вашему малышу полгода!», «Вам годик! Поздравляем!» и т.п.
4. Запустить мейл-рассылку или сделать блог с полезными и актуальными материалами по развитию и воспитанию ребенка.