

Перед планированием рекламной кампании одной из самых важных задач является определение целевой аудитории, написание "портрета" потребителя. Любая фирма осознает, что ее товары не могут нравиться сразу всем покупателям. Каждая компания должна выявить наиболее привлекательные сегменты рынка, которые она в состоянии эффективно обслужить. Продавцы не всегда придерживались этой практики. Взгляды на данную проблему прошли три этапа: