

ترتبط هذه المرحلة المهمة بالجمهور المستهدف في الحملة أو البرنامج الاتصالي، وتكمن أهميته في كون رسائل الحملة موجهة لهم وأهداف الحملة تستهدف التأثير عليهم وإقناعهم، وهذا يستدعي الدقة في تحديد الجمهور ومعرفة خصائص الجمهور المستهدف وسماته النفسية والاجتماعية، في هذه المرحلة ينبغي على فريق التخطيط للحملة تحديد الجمهور المستهدف باعتباره المعني برسائل الحملة في ضوء أهداف الحملة وموضوعها، ومن ثم توفير معلومات متكاملة عن هذا الجمهور من حيث سماته الشخصية التي تشمل العمر والنوع والمستوى التعليمي والحالة الاجتماعية والدخل ومكان الإقامة، ومن الأهمية بمكان عند اختيار الجمهور المستهدف الأخذ بالاعتبار تصنيف الجمهور إلى فئتين رئيسيتين: الأولى: الجمهور الذي تستهدفه الحملة أو البرنامج الاتصالي بشكل مباشر بهدف إقناعه بالمشروع أو المبادرة أو المنتج الذي تسوقه الحملة باعتباره المستفيد الأول.