



subido

COMUNIDADE SUBIDO DE TRÁFEGO

AULA 3

Criação de públicos-alvo

Índice

Introdução	Pág. 2
Como escolher o público-alvo	Pág. 3

00'02"

Introdução

Escolher para quem se quer anunciar vai além de **escolher o público-alvo**, mas **escolher o público-alvo e saber quais opções de segmentação estão disponíveis é o primeiro passo para dominar os poderes da segmentação!**

Dito isso, como escolher o seu público-alvo?



0'40"

Como escolher o público-alvo

Observe, abaixo, algumas possibilidades de escolha de público-alvo:

1. Públcos automáticos: públicos com ou sem sugestão — você pode ou não sugerir um determinado grupo de pessoas.

2. Públcos personalizados: pessoas que já tiveram algum tipo de contato com você/seus anúncios/conteúdos.

3. Públcos semelhantes: pessoas parecidas com pessoas do público personalizado. Dentro desse público, existem algumas regrinhas de ouro:

- Escolha o público semelhante ao que você está buscando.
- Escolha o público semelhante aos seus públicos qualificados.



4. Públcos de localização, idade, gênero e idioma: informações demográficas básicas que direcionam bem a segmentação.

5. Públco de direcionamento detalhado: sugestiona um público específico para determinada campanha.

Resumindo, não fuja do óbvio (porque ele traz, sim, resultados) e aplique sempre a regrinha do “e” (limitador) ou “ou” (adicionador), que funciona, basicamente, assim:

Exemplo do “E”:

Você anuncia para um público que **empreende E** tem interesse em **gatos**.

Se **Pedro empreende, João** tem interesse em **gatos** e **Roberto empreende** e tem interesse por **gatos**, **para quais dessas pessoas o seu anúncio aparecerá?**

Pela lógica, só para **Roberto**, pois somente ele atende aos dois requisitos definidos para o público-alvo, ao mesmo tempo. Logo:



VERSUS

Exemplo do “OU”:

Você anuncia para um público que **empreende OU** tem interesse em **gatos**.

Se **Pedro empreende, João** tem interesse em **gatos** e **Roberto empreende** e tem interesse por **gatos**, **para quais dessas pessoas o seu anúncio aparecerá?**

Pela lógica, para **os três**, pois os dois requisitos definidos para o público-alvo não são excludentes, ou seja, desde que a pessoa atenda a, pelo menos, uma das características, o anúncio já aparecerá para ela. Logo:



Com isso em mente, agora é partir para o **aprofundamento do contato com o seu público-alvo** — e isso se faz **apertando os botões e gastando tempo com a ferramenta, beleza?**

Tamo junto!