



2 - Entendendo sobre o público-alvo

Público-alvo é o segmento do mercado que a sua marca quer atingir. Estratégias e campanhas não são mais criadas para atingir todo mundo, mas sim um grupo de consumidores com perfil demográfico e comportamental semelhante aos da sua marca.

O público-alvo é, basicamente, o grupo de pessoas que você identifica como aqueles que possuem o perfil ideal para se tornarem seus clientes. Ou seja, aqueles que você acredita que vão se identificar com sua marca, que têm características e pensamentos em comum com a empresa e, consequentemente, irão comprar seus produtos ou serviços. Basicamente, são as pessoas em quem você irá focar as estratégias do seu negócio.

Exemplo: Uma loja de motocicletas precisa encontrar qual o grupo de consumidores que tem mais interesse em comprar seus motos.

Depois de algumas pesquisas de mercado e segmentar esse público, a empresa encontrou o seguinte público-alvo: homens entre 20 e 45 anos solteiros e que ganham entre um e três salários mínimos.



Público-Alvo Demográfico

- Gênero
- Idade
- Classe
- Informações geográficas



Como encontrar o seu público-alvo?

- Pesquisas nas redes sociais: observar pessoas do target e compilar informações
- Pesquisas de mercado
- Googles Trends
- Facebook Audience Insights

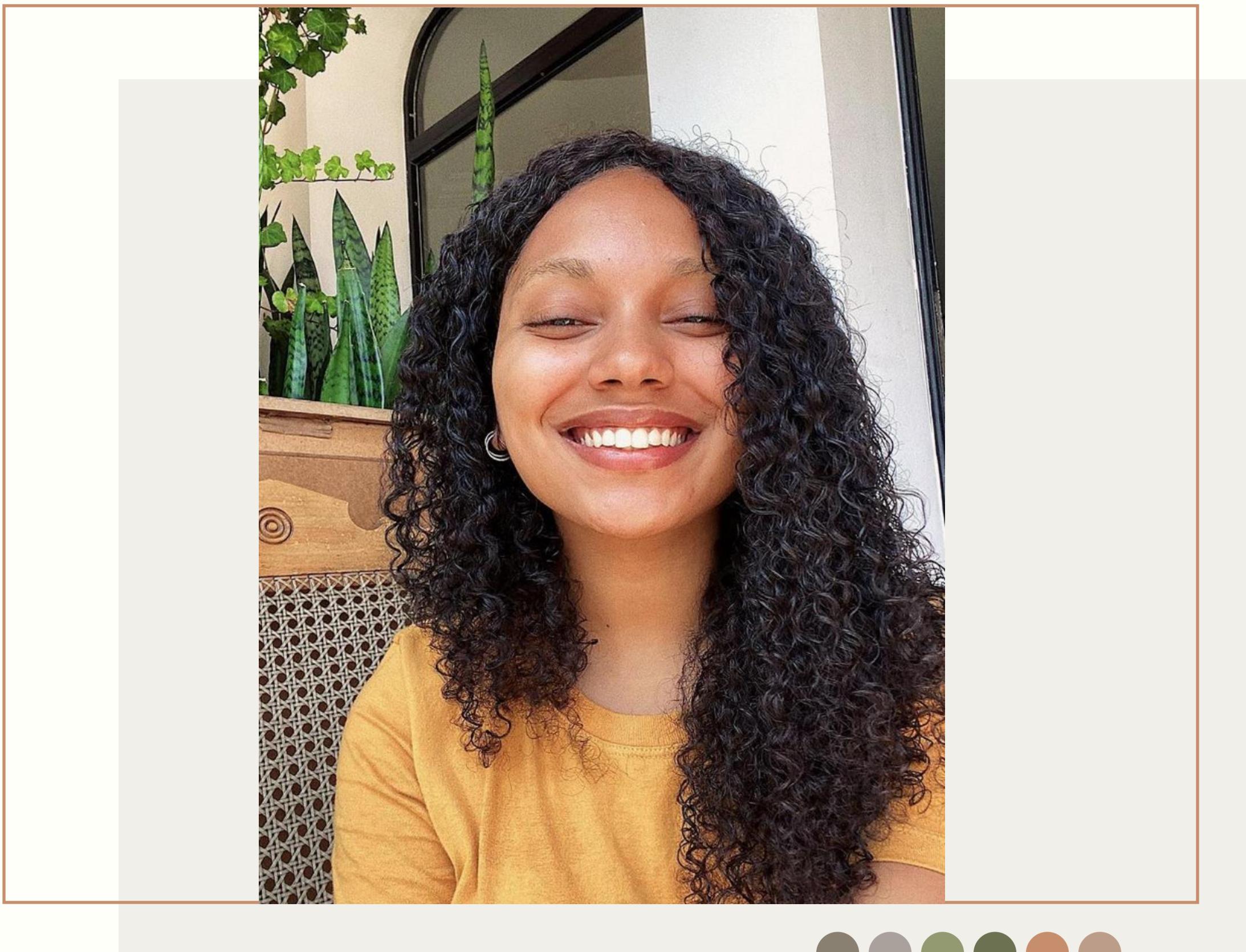
DEFINA E ESTUDE SEU PÚBLICO-ALVO

Não pense somente em demográficos, mas sim:

Quais são os valores? Interesses? Momento de vida desse target?

Exemplo: Temos que fazer uma boa curadoria e buscar quem é realmente autêntico e tem a ver com a marca. Exemplo, marcas veganas e influenciadores que falam de veganismo.

EXEMPLO: Náty Neri e seu trabalho com as marcas Sallve, Natura, Skala the Gardener



PERSONA

Para quem tem um negócio online, o público-alvo não é suficiente. Em estratégias virtuais, deve-se usar o conceito de persona. Este consiste em um perfil quase que fictício sobre o cliente ideal do seu negócio.

Uma persona pode ser, por exemplo, Caio, 26 anos, solteiro, mora sozinho e é recém formado em engenharia de produção. Abriu recentemente um business no setor e quer encontrar formas de administrar melhor o seu empreendimento. Sabe da importância da tecnologia, mas com tantas opções no mercado, não sabe direito o que fazer na hora de realizar essa escolha.

Construa uma persona

- O que é persona?
- Quais os interesses e estilo de vida dessa pessoa que consome o produto?
- Por que ele consome ou consumiria?
- Existe uma relação emocional do seu público-alvo em relação ao produto?



QUAL O SEU FAVORITO?

The image shows two hands against a white background. The left hand holds a red bottle of Vichy LiftActiv Specialist Peptide-AHA. The right hand holds a clear bottle of Vichy LiftActiv Supreme H.A. Epidermic Filler. Both bottles have white pumps. The background is white, and there are some faint Vichy logo elements on the sides.

V PEPTIDE-AHA

LIFTACTIV

VICHY

LIFTACTIV SPECIALIST
PEPTIDE-AHA
Corretor de rugas & oleosidade

Comente com ❤️ para
Peptide-AHA

LIFTACTIV

VICHY

LIFTACTIV SUPREME
H.A. EPIDERMIC FILLER

Comente com ❤️ para
H.A. Filler

LIFTACTIV

Comente com ❤️ para
Peptide-AHA

Comente com ❤️ para
H.A. Filler

Público-alvo: Consumidor final que estejam no target abaixo

Target do produto: Mulheres 30+ que não possuem pele oleosa. Majoritariamente as que já apresentam sinais de envelhecimento (rugas, linhas de expressão e manchas) e buscam um produto para corrigir esses primeiros sinais.

Algum porta-voz ou embaixador específico que vocês imaginam/gostariam a ser trabalhado para essa ação?

Pode ser interessante ter uma porta voz 35+ com uma pele mais madura, de preferência com rugas e manchas

Campanha Vichy