

Método O Rei do Tráfego

Módulo 03

AULA 17 – Segmentação de públicos de interesse

O que falaremos na aula?

Ainda falando sobre criação de públicos nesta aula vamos ver uma ferramenta do Facebook chamada **Audience Insights** que é extremamente poderosa porque oferece justamente insights que possivelmente não teríamos de outra forma.

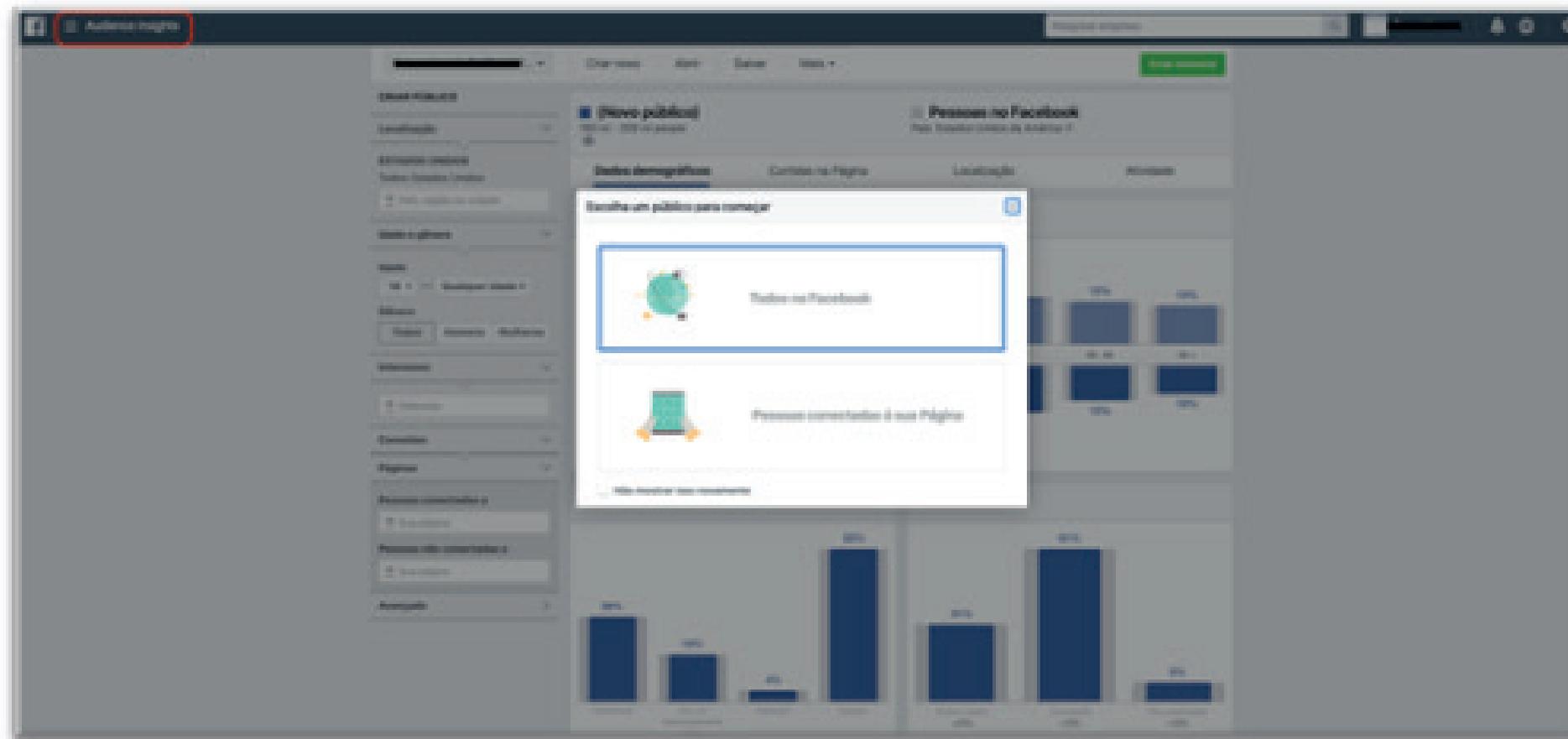
Audience Insights

Dentro do Audience Insights é possível fazer uma busca de interesses de um público utilizando como ponto de partida 1) Pessoas Conectadas à sua página do Facebook e 2) Todos os usuários do Facebook.

Ps. A primeira opção não é muito utilizada porque a maioria das páginas do Facebook hoje são muito pequenas e tem pouca interação.

O Audience Insights oferece uma visão geral tanto de dados demográficos como idade, gênero, nível de escolaridade, cargos, status de relacionamento dentre outras tantas opções.

Essa é a primeira interface que você verá no Audience Insights



Método O Rei do Tráfego

Módulo 03

AULA 17 – Segmentação de públicos de interesse

Esta ferramenta é poderosíssima para nos ajudar a encontrar nosso público alvo e termos uma visão mais geral do que estamos à procura, e principalmente para quem precisa localizar públicos frios porque está começando e ainda não tem públicos personalizados.

SE VOCÊ ESTÁ COMEÇANDO ENTÃO O AUDIENCE INSIGHTS PODE TE AJUDAR E MUITO PARA ENCONTRAR SEUS PRIMEIROS PÚBLICOS

● Como configurar a busca

1. Passo: Mudar a localização para Brasil – o legal é que ele mostra o alcance geral que nesse caso é de 100mi – 150mi de pessoas

Só com essa primeira segmentação você já pode ver nos gráficos que o Facebook apresenta com porcentagens informações dos usuários aqui do Brasil como gênero, relacionamento e nível educacional.



Método O Rei do Tráfego

Módulo 03

AULA 17 – Segmentação de públicos de interesse

2. Passo: Agora vamos começar a configurar nosso público, e para esse exemplo vamos utilizar o interesse em **Óculos de Sol**.

Aqui vamos supor que seja um óculos mais jovial e feminino por isso vamos segmentar por **mujeres** com idade entre **18-34** anos.



Obs. Note aqui como o público já reduziu de 100mi – 150mi para 30mi – 35mi de pessoas

CUIDADO

Mesmo utilizando o Audience Insights é muito importante conhecer profundamente o nosso público alvo, a persona do negócio. Dificilmente nosso negócio tem apenas uma persona.

Por ex. nossa persona aqui por ser: Mariana, 25 anos, formada em publicidade, gosta de viajar, de tatuagens e de praia;



Método O Rei do Tráfego

Módulo 03

AULA 17 – Segmentação de públicos de interesse

Mesmo utilizando o Audience Insights é muito importante conhecer profundamente o nosso público alvo, a persona do negócio. Difícilmente nosso negócio tem apenas uma persona.

Mas também pode ser: Marina, 34 anos, pós graduada, tem interesse em sair com amigos, seu status de relacionamento está como namorando...

Então você precisa dedicar tempo ao estudo da sua persona, que não é tão simples assim, precisa pegar um arquivo e descrever tudo para depois conseguir transcrever para dentro do Audience Insights.

Vamos selecionar como interesse **Óculos de Sol** e note como o público já reduz para 6mi – 7mi de pessoas e aqui ainda é provável que os anúncios atinjam pessoas que não estejam dentro do perfil da persona.

Cabe uma **observação** aqui de que se o produto é mais de massa pode ser que esse tamanho de público já seja razoável para conseguir fazer um teste e comprar dados para topo de funil ao menos para começar a ter acessos no site e começar um movimento ali.

Prosseguindo com o nosso público, veja que a Mariana também tem interesse em tatuagem e quando acrescentamos esse interesse na segmentação veja que o nosso público **aumenta** – porque nesse caso não fizemos **limitação**, mas adicionamos um público de mulheres com 18-34 de idade que tenham interesse em tatuagem.



Método O Rei do Tráfego

Módulo 03

AULA 17 – Segmentação de públicos de interesse

Já na parte de relacionamento colocaremos que Mariana é casada ou está em um relacionamento sério e seu nível de educação é fez faculdade.

Observe que depois de fazer toda essa segmentação nosso público reduziu demais para 1,5mi-2mi de pessoas.

● Público Criado

3. Passo: Vamos salvar esse público para identifica-lo dentro do gerenciador de anúncios onde na parte de “Públicos” podemos encontrar-lo como público salvo:

The screenshot shows the Facebook Audience Insights interface with a list of saved audiences. A specific audience named 'Mariana (BR, FEM) - CASAL/TRABALHADOR/ESTUDANTE' is highlighted with a red border. This audience has a target size of 2,000,000 and was created on 2011-02-16. It includes filters for relationship status ('Casado/Relacionamento sério') and education level ('Faculdade'). Other audiences listed include 'VÍDEO VISTO 32% - 200 MIL - OPENS - 01/11/10' (target 10,000), 'RE ENVOLVIMENTO FB 1000 - 27/10/10' (target 70,000), 'Liberdade (BR, FEM) - CACHETRACO MULHER DIVORCIADA - 01/10/10' (target 1,800,000), 'Liberdade (BR, FEM) - PAIS/ VÍDEO PRE MATRÍCULA 0001 - 26/10/10' (target 1,400,000), 'RE ENVOLVIMENTO 10 - 04/10/10' (target 10,000), and 'RE LIBERDADE OU MULHER 0001 (04/10/10)' (target 7,000).

3. Passo: Agora é a hora de editar esse público.

Veja que no direcionamento detalhado no Audience Insights fizemos segmentação por status de relacionamento e nível educacional e quando abrimos o público no gerenciador de negócios essas **segmentações entraram como limitadores de público**.



Método O Rei do Tráfego

Módulo 03

AULA 17 – Segmentação de públicos de interesse

Isso significa que no caso desse público a pessoa tem que preencher os seguintes requisitos:

- Ser mulher;
- Ter idade entre 18-34 anos;
- Ter interesse em óculos de sol e tatuagem; **e também**
- Ter cursado ou estar fazendo faculdade; **e também**
- Tem que estar casada ou em relacionamento sério.

E é exatamente por ter que preencher essas segmentações que o público passou de 150mi para 1.5mi de pessoas.

Sempre que colocamos limitações o nosso público tende a diminuir porque vamos ninchando para encontrar o público alvo.

Além das **limitações** podemos também fazer **exclusões**.

Por exemplo podemos supor que de forma alguma Mariana tem interesse em carros e ao inserir esse interesse como exclusão – retiramos do nosso público todas as mulheres que tem interesse em carros. Nosso público aqui vai então para 1.2mi de pessoas.

Nessa aula vimos o quanto o Audience Insights pode ajudar principalmente a quem está no começo e ainda não tem muita afinidade em mexer diretamente no direcionamento detalhado e vai conseguir visualizar o seu público inclusive graficamente.

Na próxima aula vamos ver a importância de se estruturar as campanhas com hierarquia e ordem de exclusão de públicos. Te vejo lá!

