

## **Segmentação no Facebook Ads:**

### ***Públicos de Interesses:***

-> Segmentação a partir de Interesses, Dados demográficos e Comportamentos.

- O Facebook possui uma lista gigantesca dessas segmentações e você pode fazer combinações entre elas para buscar o seu público alvo nos testes.
- Além disso, você consegue segmentar também através da Localização (Qualquer LUGAR DO MUNDO), idade, gênero e dispositivos (iOS e/ou Android).

### ***Públicos Personalizados:***

-> Segmentação que criamos a partir de algum ativo que possuímos, exemplo:

Instagram:

- > Envolvimento total com a conta
- > Visita ao perfil
- > Engajamento com publicações ou anúncios (ou salvaram)
- > Envio de mensagens no direct

-> Começaram a seguir

Dias: 365, 180, 90, 60, 30, 14, 7

Site:

-> Visitantes do seu site

-> Visitantes de uma página específica do seu site (URL Contém)

-> Visitantes de uma página que contém um evento específico

-> Pessoas que compraram seu produto (em alguma plataforma de vendas)

-> Pessoas que chegaram até o carrinho do seu produto (em alguma plataforma de vendas)

Dias: 180, 90, 60, 30, 14, 7

Lista de clientes/Leads:

E-mail, Telefone, Nome, Endereço. -> Mínimo 100 contatos.

Vídeos:

-> Visualizaram algum vídeo de conteúdo (25%, 50%, 75%, 95%, 15s, 10s, 3s...)

-> Visualizaram algum vídeo como anúncio (25%, 50%, 75%, 95%, 15s, 10s, 3s...)

Dias: 365, 180, 90, 60, 30, 14, 7

### ***Públicos Semelhantes:***

-> Segmentação a qual você cria a partir de um público personalizado que você possui.

Exemplo:

Semelhante a quem visitou sua página, visualizaram determinado vídeo, engajou com seu instagram, faz parte de alguma lista de e-mails/contatos.

*(O facebook literalmente busca pessoas semelhantes para você, daquelas que visitaram a sua página - Tudo com base na inteligência do Pixel).*

Dentro da configuração do semelhante, você consegue selecionar “níveis” de semelhança:

99% a 90% de semelhança (1% - 10%).

A copy + criativo também exerce um papel MUITO IMPORTANTE na segmentação.

-> A copy e o criativo DEVEM estar se comunicando APENAS com o público-alvo que você quer impactar/atrair.