

Definição demográfica

Transcrição

[00:00] Aqui a gente selecionou a cidade e outra opção também pra gente entender melhor o local é aqui nessa aba do lado, que você pode determinar o raio que você quer abranger. Uma cidade grande como São Paulo, se eu colocar 20 km aqui, por exemplo, eu já pego toda a região do ABC, que já fica fora do que ela trabalha, porque ela não trabalha na Grande São Paulo. Vou diminuir aqui o raio, deixar em 5 km mesmo e pronto. A gente finaliza aqui.

[00:47] Aqui a gente pode escolher os interesses dessas pessoas. De novo, por isso que é tão importante a informação de quem você segue no Instagram, porque o Instagram se baseia nisso pra decidir várias coisas, inclusive pra quem ele mostra a publicidade, por exemplo. Nesse caso aqui não faz sentido eu selecionar o interesse de moda ou interesse de artes e música, porque isso não tem nada a ver com meu produto, não teria por quê.

[01:26] Mas se você tem um negócio relacionado a isso, não necessariamente que você vende roupa, por exemplo, mas você tem um negócio de design, talvez pra você seja interessante uma pessoa que se interesse em moda. São importantes essas categorias, você saber exatamente o seu público. E é muito importante pra fazer isso que você já saiba o público do seu negócio.

[01:55] Aqui eu vou escolher cozinha, que ele já tinha me sugerido. E no evento que eu selecionei cozinha, ele já mostra outros interesses aqui, ele já me sugere outros. Receitas, comida, foodie, que são pessoas que gostam muito de comida; comidas locais é bacana também; comer fora e por aí vai. Gourmet, enfim. E cada escolha dessas que eu faço muda o meu número aqui em cima de pessoas que a gente pode atingir.

[02:45] Por exemplo, se eu tiro receitas e se eu tiro comidas locais, e comer fora, esse número baixa pra 2 milhões e 700, mas conforme vou selecionando essas coisas, esse número vai aumentando. Vou colocar aqui.

[03:15] Digamos que eu não gostei de nenhum desses também, eu posso colocar aqui, por exemplo, baking. E eu seleciono aqui. Se você quiser colocar cupcakes, ele tem várias sugestões aqui relacionadas à cupcakes. Eu vou colocar essa aqui, cupcakes e mais. E por aí a gente vai. Mas eu acho que aqui já é uma seleção suficiente de interesses. Vou finalizar aqui.

[04:05] E o último fator que tem pra gente selecionar é gênero e idade. No caso do negócio da Bia, que é uma doceria, tanto faz o gênero, então é tanto pra homem quanto pra mulher. Mas de repente você faz algum negócio específico pra um deles, então é bom ter isso em mente ou como eu falei, você está montando uma audiência específica pro Dia dos Pais, por exemplo. Aí você pensa: "não vou escolher homem, vou focar mais em mulher", enfim, você pode escolher isso aqui.

[04:53] E a gente também pode escolher a idade. Por exemplo, de repente seu produto é mais caro, é um produto que tenha um ticket médio de dois mil, três mil reais, não sei. Não faz muito sentido eu botar num público de 13 a 20, por exemplo, provavelmente ele não vai ter esse dinheiro pra gastar no seu produto.

[05:13] Mas se você faz alguma coisa do público infante-juvenil, digamos assim. Sei lá, você tem um negócio de slime, aí você põe esse público menor aqui, com uma idade menor, porque vai entrar mais no seu público.

[05:28] Que não é o nosso caso aqui, então eu vou colocar até a idade máxima que é 65 anos, que não tem problema, mas eu vou começar com 25 anos, que é a idade que a Bia me passou, que começa mais ou menos o público dela. Ela não tem muitos clientes mais novos do que isso, então eu vou deixar essa faixa de 25 a 65 anos. Aí a gente termina aqui. Eu selecionei toda a audiência, todo o público que eu quero impactar.

[06:06] E vocês podem ver que aqui embaixo tem uma coisa pra editar, então se você quiser mudar qualquer uma dessas informações você muda a qualquer momento. A gente vai aqui em próximo. E aqui é onde a gente determina o valor da nossa campanha. O legal é que ele deixa você decidir como você quer focar o seu dinheiro de acordo com a verba que você tem.

[06:29] Digamos que eu tenho uma verba de 60 reais. Eu posso escolher dividir esses 60 reais em 10 dias, então gastar seis reais por dia ou eu posso jogar tudo num dia só, digamos assim. E como eu faço essa decisão então? Aqui 60, desculpa. Aí fica 60 reais em um dia. Como é que eu decido se eu quero fazer a campanha mais longa ou se eu quero jogar mais dinheiro em um só dia?

[07:09] Um bom parâmetro pra decidir como você divide o seu dinheiro é esse número que ele coloca aqui embaixo, que é a estimativa de quantas pessoas você vai alcançar. Se eu fizer um dia de promoção gastando 60 reais, eu vou alcançar entre 330 a 870 pessoas. Ele põe essa média aí pra você.