

# Método O Rei do Tráfego

## Módulo 03

### AULA 15 – Tipos de Públicos Interesses Salvo

#### ● O que falaremos na aula?

Agora vamos entrar na parte de criação de públicos de interesses, ou públicos salvos.

Pra quem está começando do zero as campanhas, não tem movimentação no site, não tem lista de clientes, não tem perfil movimentado no Instagram ou Facebook, no início não vai conseguir criar públicos personalizados ou Lookalike.

Você precisa começar de um ponto 0, tem que sair de um ponto inicial porque os públicos personalizados exigem, necessariamente, que já exista um fluxo seja no site, seja na página do Facebook.

E como faz pra começar do 0? **Criando Públicos de Interesses!**

#### ● Públicos de Interesse

Os públicos de interesses são os mais frios possíveis e possuem uma infinidade de possibilidades de combinação com diversas opções de interesse fornecidas pelo Facebook.

Existem também diversas formas de se criar públicos de interesses. Eu particularmente crio meus públicos em 06 formatos diferentes.

**IMPORTANTE!..**



# Método O Rei do Tráfego

## Módulo 03

### AULA 15 – Tipos de Públicos Interesses Salvo

Mas antes de começar a criar seus públicos de interesse você precisa entender profundamente o seu público alvo, a sua persona. E pode acontecer que o seu produto englobe mais de uma persona.

Exemplo de persona: Lucas, 27 anos, formado em X coisa, tem interesse em viajar, academia, futebol, etc...

É importante definir a persona com o máximo de detalhes possíveis, para a partir disso conseguir identificar interesses que correspondem e são correlacionados com o produto. **SEM ISSO É DAR TIRO NO ESCURO**

Então vamos às formas de criação de público de interesses:

**1. SINGULAR:** A pessoa que está dentro do interesse selecionado no detalhamento **COM CERTEZA TEM** interesse no seu negócio ou produto.

**2. REGULAR:** A pessoa que está dentro do interesse selecionado no detalhamento **PROVAVELMENTE TEM** interesse no seu negócio ou produto.

**3. AMPLO:** A pessoa que está dentro do interesse selecionado no detalhamento **TALVEZ TENHA** interesse no seu negócio ou produto.

	Tipo de Interesse		Interesse no Produto
Se	<b>SINGULAR</b>	Então	<b>COM CERTEZA TEM</b>
Se	<b>REGULAR</b>	Então	<b>PROVAVELMENTE TEM</b>
Se	<b>AMPLIO</b>	Então	<b>TALVEZ TENHA</b>



# Método O Rei do Tráfego

## Módulo 03

## AULA 15 – Tipos de Públicos Interesses Salvo

Ex. Produto: Óculos de Sol

Se **SINGULAR**: Óculos de Sol Então COM CERTEZA TEM interesse em Óculos de Sol.

Se **REGULAR**: Assessorios de Moda Então PROVAVELMENTE TEM interesse em Óculos de Sol.

Se **AMPLIO**: Praia Então TALVEZ TENHA interesse em Óculos de Sol.

**4. MARCAS SEMELHANTES:** Aqui você vai selecionar interesses em marcas que estejam correlacionadas com o seu produto. No caso do exemplo de óculos de sol podemos selecionar: Oakley, Ray-ban, Forever 21

**5. ÚNICO:** Interesses únicos independentemente de serem Singular, Regular, Amplo ou Marcas

**Ps.** Dentro dos formatos Singular, Regular, Amplo e Marcas você pode utilizar mais de um interesse da mesma espécie dentro de cada formato.

**6. MIX:** É a mistura de todos os outros formatos e aqui você pode utilizar também a navegação nas próprias sugestões do Facebook.



# Método O Rei do Tráfego

## Módulo 03

## AULA 15 – Tipos de Públicos Interesses Salvo

### ● Funcionalidades extras na criação de público de interesses

Além dos formatos que falamos acima, o Facebook nos dá opção de Limitação e Exclusão de públicos.

**Limitação:** No momento da criação do público de interesses basta selecionar a opção “Limitar público”. E aqui significa que o Facebook deverá buscar pessoas que **possuam o interesse X e também possuam o interesse Y**.

Ex. Tem interesse em óculos de sol e **obrigatoriamente fazem aniversário dentro de 61-90 dias**.

**Exclusão:** Neste caso você quer encontrar pessoas de determinado interesse X mas excluir pessoas que tenham interesse Y deste público. Basta clicar em “Excluir pessoas”.

Ex. Tem interesse em óculos de sol **mas não tem interesse nas marcas Versace e Prada** – Isso pode fazer sentido se estiver vendendo um produto de ticket mais baixo.

-----

**Nessa aula vimos como sair do 0 nas suas campanhas com a criação e utilização de públicos de interesse, bem como todos os formatos que utilizei, como limitar e excluir públicos.**

**Na próxima aula vou te mostrar o poder da segmentação de listas de e-mail para aprimorar seus públicos personalizados e Lookalikes.**

