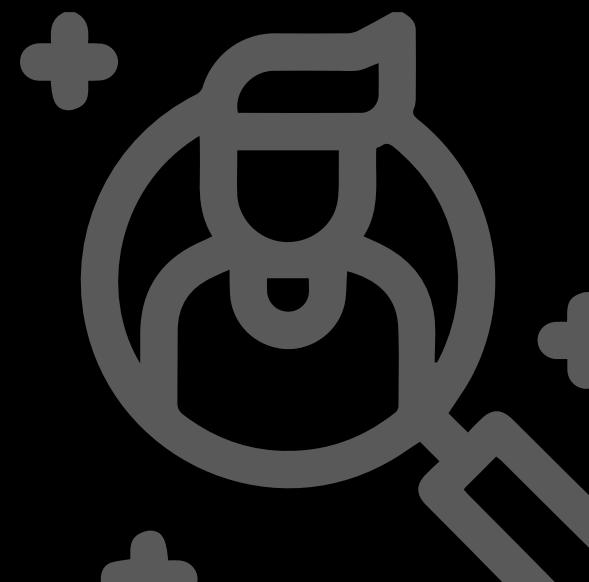


# SEGMENTAÇÃO



# Quando falo em impulsionamento

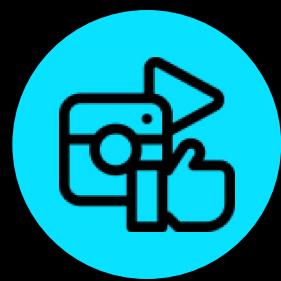




Todos se desesperam  
pela rede social

# Internet não é uma coisa só





Redes sociais



Buscadores



Site



Mensageiro eletrônico



O eleitor não está concentrado em  
uma única plataforma

# Internet não é uma coisa só



Tem que goste de  
Tik Tok

Outras que só consomem  
conteúdo em portal de noticia

Outras que só usam  
WhatsApp

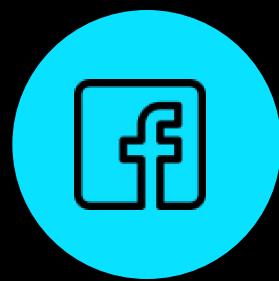
O impulsionamento  
não fala com a  
internet toda



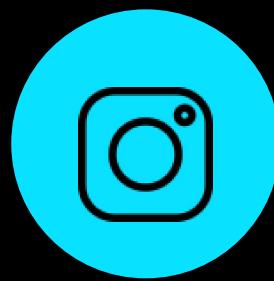
**É preciso complementar estratégias**



amento



FACEBOOK



INSTAGRAM

=



Rádio

Atenção



=



Youtube

Netflix

Intenção



=



Google

Barsa

Intenção

A decisão de qual plataforma usar  
é baseada em como atingir o  
público desejado

Redes Sociais

*“o eleitor pensa assim”*

Provocamos interrupção da  
navegação do usuário

Buscadores e sites

*“o eleitor está interessado em”*

Provocamos sensação de  
contexto

A decisão de qual plataforma usar  
é baseada na sua **estratégia**



## Plataforma Meta



*CONSTRUIR RECONHECIMENTO*



*GERAR TRÁFEGO / ACESSOS*



*TESTAR AFINIDADE/ENGAGEMENTO*



*FOMENTAR DEBATE*



## Plataforma Google



*ENTREGAR CONTEÚDO EM PROFUNDIDADE*



*GERAR FIDELIDADE*



*COBRIR CANAIS FORA DAS REDES*



*GERAR LEADS QUALIFICADOS*

# A importância da segmentação na sua estratégia de mídia on-line

A maior vantagem do uso da mídia  
on-line está na possibilidade de  
**Segmentação**

A mídia tradicional  
também faz  
Mas com menor precisão que a internet





**Se fosse uma empresa de  
fertilizante, qual intervalo  
da Globo você compraria?**

---



**Se fosse uma pizzaria, qual horário você faria o anúncio? Para quais praças?**

---



**Se quer vender um produto  
para o público conservador em  
qual emissora você anunciaria?**

---

# Com um candidato não é diferente

*Ou você acha mesmo que o que o candidato tem a dizer interessa a 100% dos brasileiros?*

A black and white photograph of a person speaking at a podium. The person is wearing a dark suit and is positioned behind a microphone stand. The background is dark, and the overall atmosphere is professional and focused.

**Todo candidatura vocaliza os interesses  
de um grupo e seus subgrupos**



Em uma eleição  
majoritária



Grupos de aprovação  
de governo



Grupos de rejeição



Grupos com foco em  
ações sociais



Grupos com interesse  
em pauta ideológica



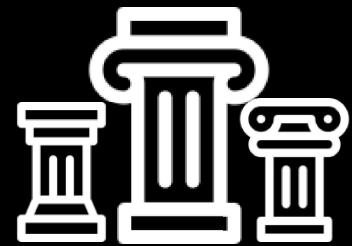
Grupos com  
interesses regionais

Candidaturas que tentam falar com todo mundo não tem COR

**Não engaja, não representa**

**Impulsionamento genérico para público aberto**

**é a mesma coisa de derramar santinho na rua**



# Pilares da segmentação

# Pilares da segmentação



Público



Conteúdo



Formato

# Pilares da segmentação



Público

**Mínimo**



Conteúdo



Formato

# Pilares da segmentação



Público



Conteúdo



Formato

**Esperado**

# Pilares da segmentação



Público



Conteúdo



Formato

Ideal

# Pilares da segmentação



Público

Conteúdo

Formato

**Tripé completo = Maior entrega com menor custo**

IMERSÃO ELEIÇÕES 2022 - IMPULSIONAMENTO



A black and white photograph of a person from the waist up. They are wearing a dark baseball cap and a dark t-shirt with a light-colored, textured graphic on it. Their hands are clasped together in front of them, and they appear to be looking down at them. The background is dark and out of focus.

Abrir mão da segmentação  
é abrir mão de resultados

Entregar a **mensagem certa para a  
Pessoa certa no formato certo**

Mas o Zuck não quer  
facilitar para nós



Meta for Business

Anúncios - 9 de nov.

## Remove e expanda

Por Graham Mudd

VP de Marketing de P

A partir de 19 de janeiro de 2022, removeremos opções de direcionamento detalhado relacionadas a tópicos que as pessoas possam considerar sensíveis. São opções que fazem referência a causas, organizações ou figuras públicas relacionadas à saúde, raça ou etnia, filiação política, religião ou orientação sexual. Exemplos incluem:

- Causas de saúde (por exemplo, "Conscientização do câncer de pulmão", "Dia Mundial da Diabetes", "Quimioterapia")
- Orientação sexual (por exemplo, "casamento entre pessoas do mesmo sexo" e "cultura LGBTQIA+")
- Práticas e grupos religiosos (por exemplo, "Igreja Católica" e "feriados judaicos")
- Alinhamentos políticos, questões sociais, causas, organizações e figuras políticas

<https://www.facebook.com/business/news/removing-certain-ad-targeting-options-and-expanding-our-ad-controls>

# Como resolver?

**Reconhecimento**

*Atrair atenção*

**Consideração**

*Nutrir a audiência*

**Conversão**

*Converter a audiência*



# Reconhecimento

*Conteúdo generalista dentro da pauta de atuação*

# Consideração

*Conteúdo específico dentro da pauta de atuação*

# Conversão

*Conteúdo com chamada para ação*



# Reconhecimento

*Públicos abrangentes  
baseados em demografia e  
interesses*

# Consideração

*Públicos baseados em  
engajamento com conteúdos  
(remarketing)*

# Conversão

*Públicos baseados em  
engajamento com conteúdos  
(remarketing aprofundado)*



## Reconhecimento

Públicos abertos / expandidos  
Mulheres com filhos em idade escolar

## Consideração

Públicos conhecidos  
Mulheres que assistiram até 75% do  
vídeo sobre a nova creche

## Conversão

Públicos fidelizados / militante  
Mulheres que se cadastraram no WhatsApp ou por e-mail

# Reconhecimento

O conteúdo de topo do funil serve para atrair pessoas que ainda não te conhecem mas tem interesse no seu tema

**Produza** sobre temas que interessem a um volume maior de pessoas

**Publique** em ambiente que tenha o controle para capturar as atividades do usuário

# Reconhecimento

Tema: ***Qual o preço real da gasolina?***

Artigo que explica detalhadamente como é calculado o preço da gasolina para consumidor final.

Publicação em site próprio com pixel da plataforma de anúncios instalado.

# Reconhecimento

**Faça uma campanha de anúncios on-line com o objetivo de levar as pessoas para o artigo no site.**



## Consideração

O conteúdo intermediário do funil serve para nutrir o seu público, dando profundidade e conhecimento sobre o tema

Produza conteúdo correlacionado ao tema do topo de funil

Publique em ambiente que tenha o controle para capturar as atividades do usuário

# Consideração

**Tema: Preço da gasolina**

Vídeo mostrando o que pode ser feito para conter o avanço do preço na gasolina

Publicação na própria rede que rodará o anúncio

## Consideração

Faça uma campanha de anúncios on-line direcionada apenas para pessoas que leram o artigo do topo do funil





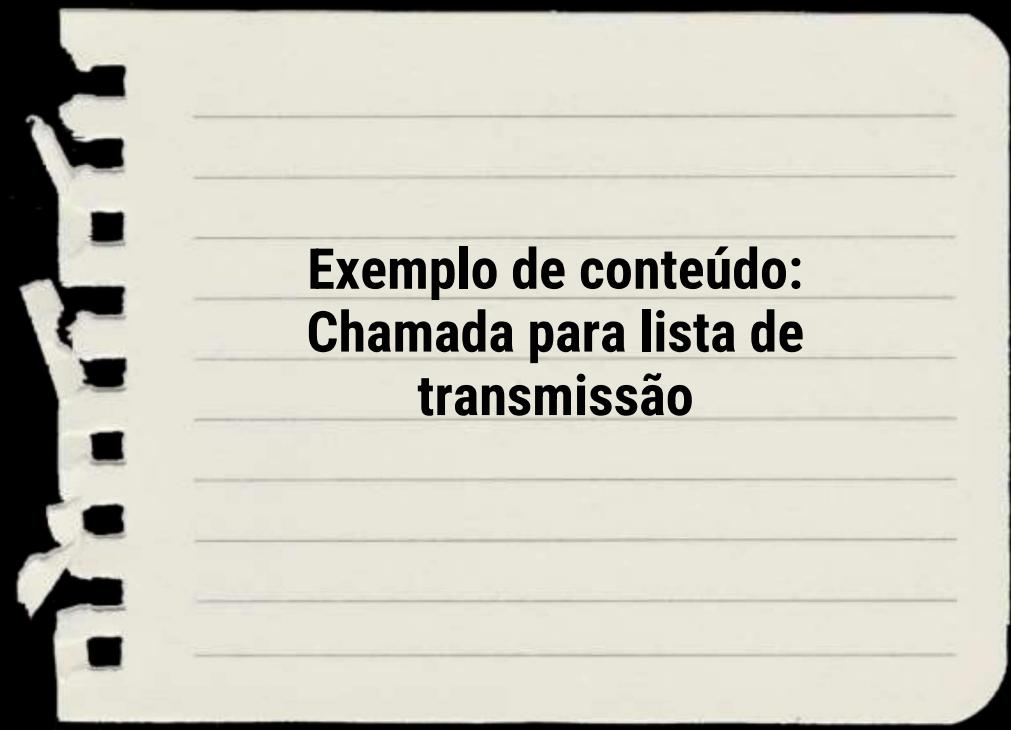
Conversão

O conteúdo de fundo de funil serve para converter o usuário para alguma ação de seu interesse

Para a comunicação política a conversão ideal é **cadastro**



**Conversão**



**Exemplo de conteúdo:  
Chamada para lista de  
transmissão**

## Reconhecimento

Públicos grandes / Custo de aquisição alto  
Concentração da maior parte da verba

## Consideração

### Públicos conhecidos

Concentrar verba para refinar o público

## Conversão

### Públicos refinados e afins

Concentrar verba para transformar em *lead*