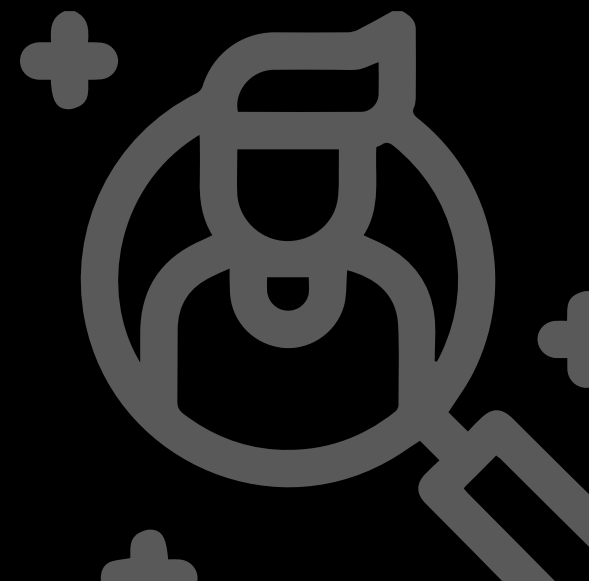
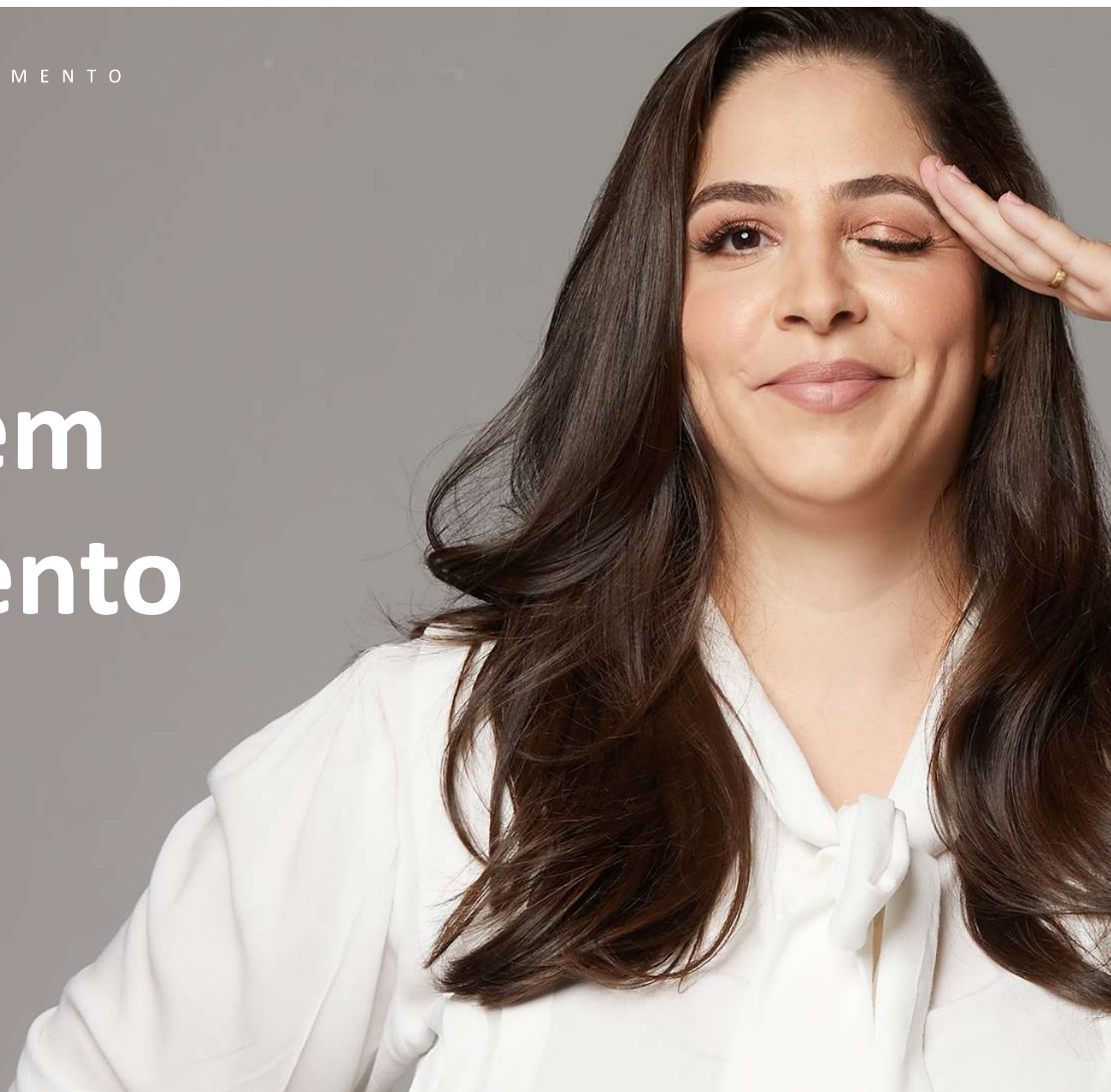





SEGMENTAÇÃO



Quando falo em impulsionamento

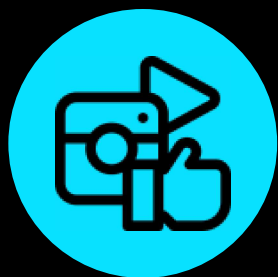


A person's arm, wearing a white long-sleeved shirt, is visible on the left side of the frame. The arm is extended and pointing towards the right, where the main text is located. The background is a solid dark gray.

Todos se desesperam pela rede social

Internet não é uma coisa só





Redes sociais



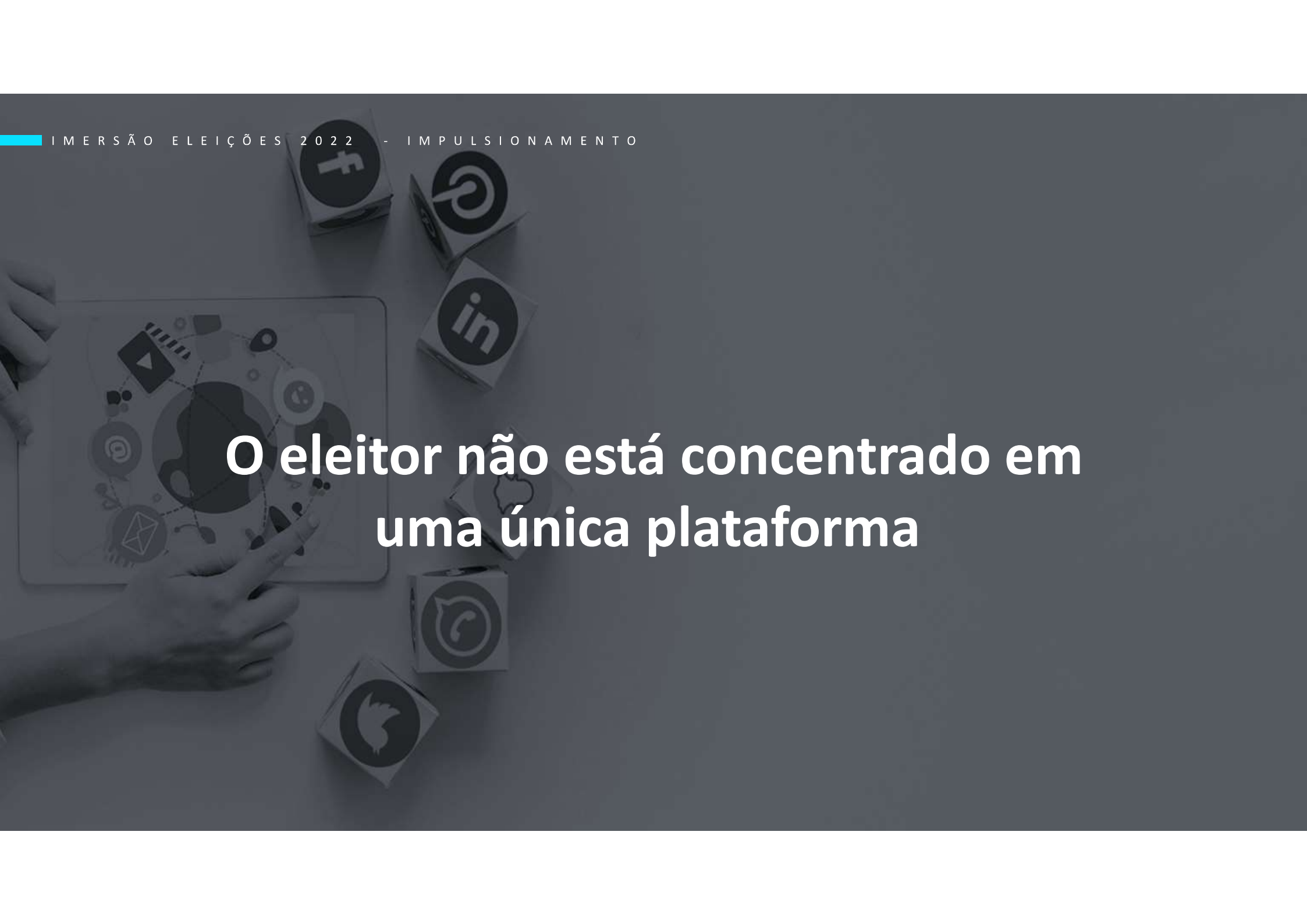
Buscadores



Site



Mensageiro eletrônico

The background image shows a hand interacting with a tablet. The tablet screen displays a network diagram with a central globe and various icons connected by lines. Surrounding the tablet are several small, white, cube-like blocks, each featuring a different social media logo: Facebook, Pinterest, LinkedIn, Apple, and Twitter. The entire scene is set against a dark, textured background.

**O eleitor não está concentrado em
uma única plataforma**

Internet não é uma coisa só



Tem que gostar de
Tik Tok



Outras que só consomem
conteúdo em portal de notícia



Outras que só usam
WhatsApp

O impulsionamento não fala com a internet toda



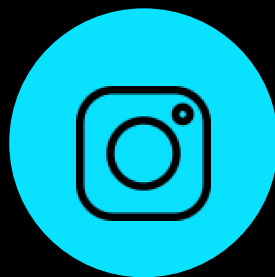
É preciso complementar estratégias



ImpulSIONAMENTO



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/ENGAJAMENTO



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 pizzeria, 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?*

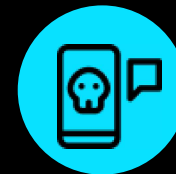
**Todo candidatura vocaliza os interesses
de um grupo e seus subgrupos**



Em uma eleição majoritária



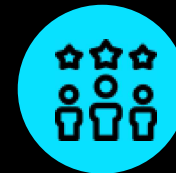
Grupos de aprovação de governo



Grupos de rejeição



Grupos com foco em ações sociais



Grupos com interesse em pauta ideológica



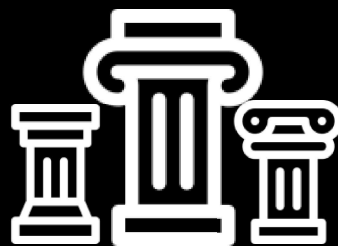
Grupos com interesses regionais

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





**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**



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

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





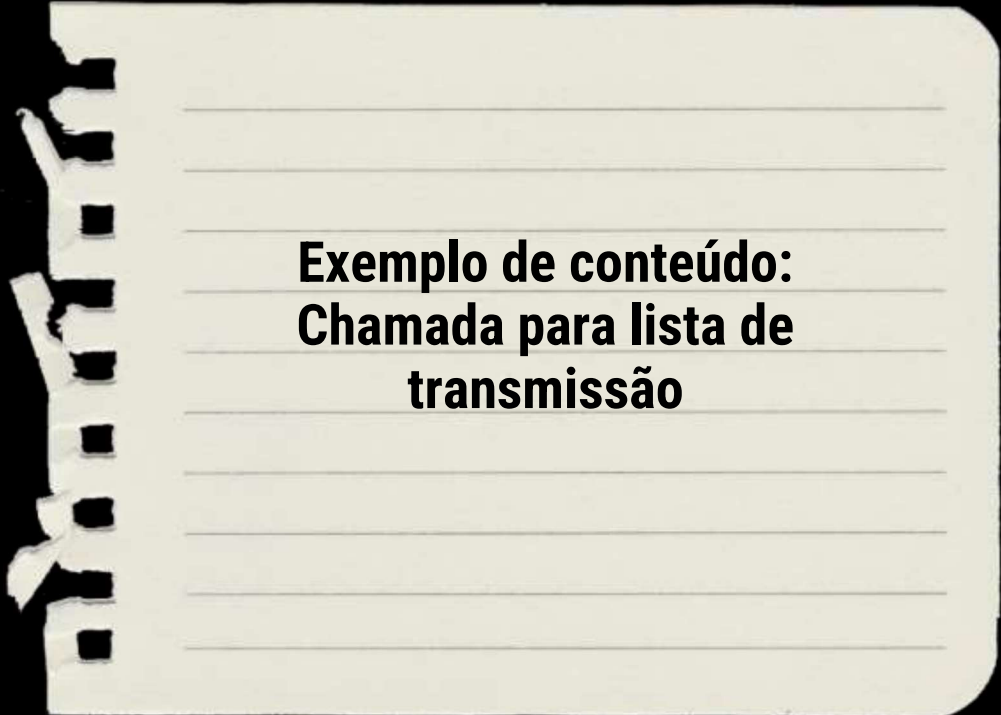
Conversão

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*