

PÚBLICO-ALVO

É um “grupo de consumidores ou possíveis clientes aos quais são dirigidas, prioritariamente, produtos/serviços e ações de comunicação e marketing.” (Kotler, 2000).

Para definir o público-alvo é necessário identificar qual a “tribo”, o segmento da população que se quer atingir, servir. Há uma grande variedade de clientes no mercado, é preciso escolher um público específico (feminino, masculino, idosos, infantil, por faixa etária, etc.), definir quais segmentos oferecem as melhores oportunidades para o seu negócio.

O público-alvo na maioria das vezes está diretamente ligado a uma segmentação do mercado, identifica um grupo com características específicas em relação ao mercado, as quais podem estar baseadas em variáveis geográficas, demográficas, comportamentais, psicográficas, por padrões de uso do produto ou outras variáveis. O SEBRAE (2005, p. 25) diz que “a definição do público-alvo significa identificar um segmento particular ou segmentos da população que você deseja servir”.

A definição do público-alvo é uma das etapas mais importantes de um Plano de Marketing, é através deste público que serão concentradas as estratégias e os esforços para conseguir fazer com que a mensagem chegue rapidamente e sem ruídos a esse grupo específico, isto é, conseguir atender às suas necessidades e desejos.

