



DA IDEIA AO PRIMEIRO CLIENTE

PLANEAMENTO

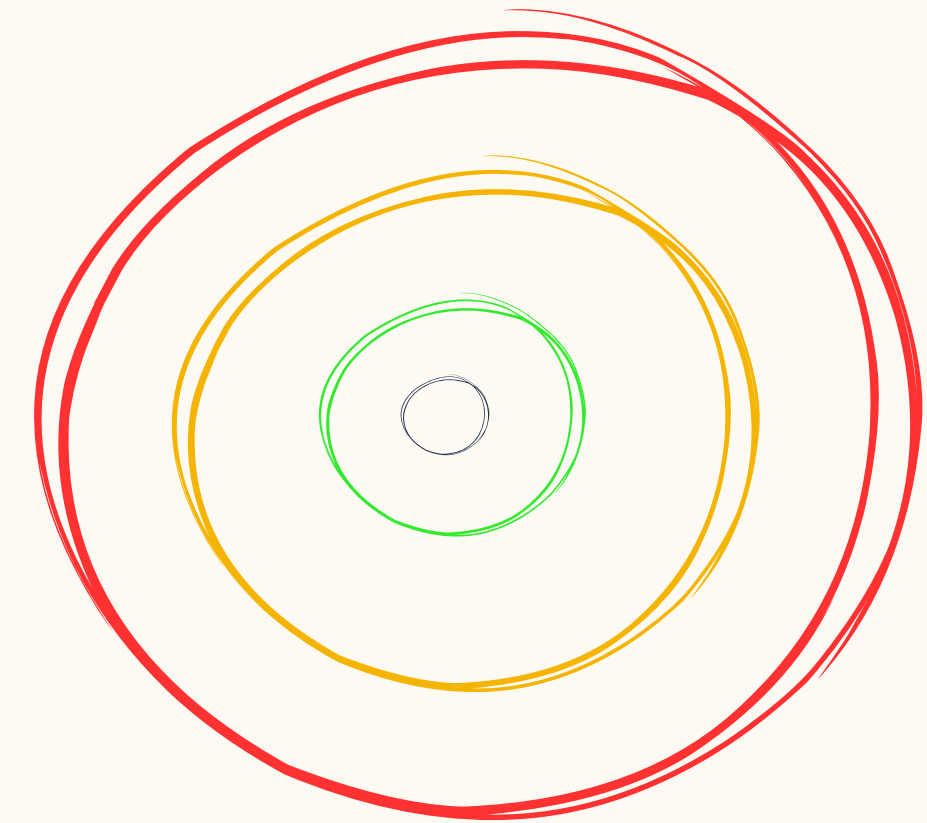
Passo 3

O Mercado

DEFINIR O PÚBLICO-ALVO

Uma pessoa pode ter uma **ideia clara** do que quer vender

Mas **não ter pensado** bem
quem quer atingir



AQUI A PERGUNTA DE PARTIDA É **SIMPLES**:

QUEM É QUE VAI PAGAR POR ISTO?

Imagina que queres vender bolos

Não basta dizer “*quem gosta de bolos*”
ou “*quem precisa de um bolo para uma festa!*”

Há muita gente que gosta ou precisa de bolos,
mas compra no supermercado
porque é mais barato e mais cómodo

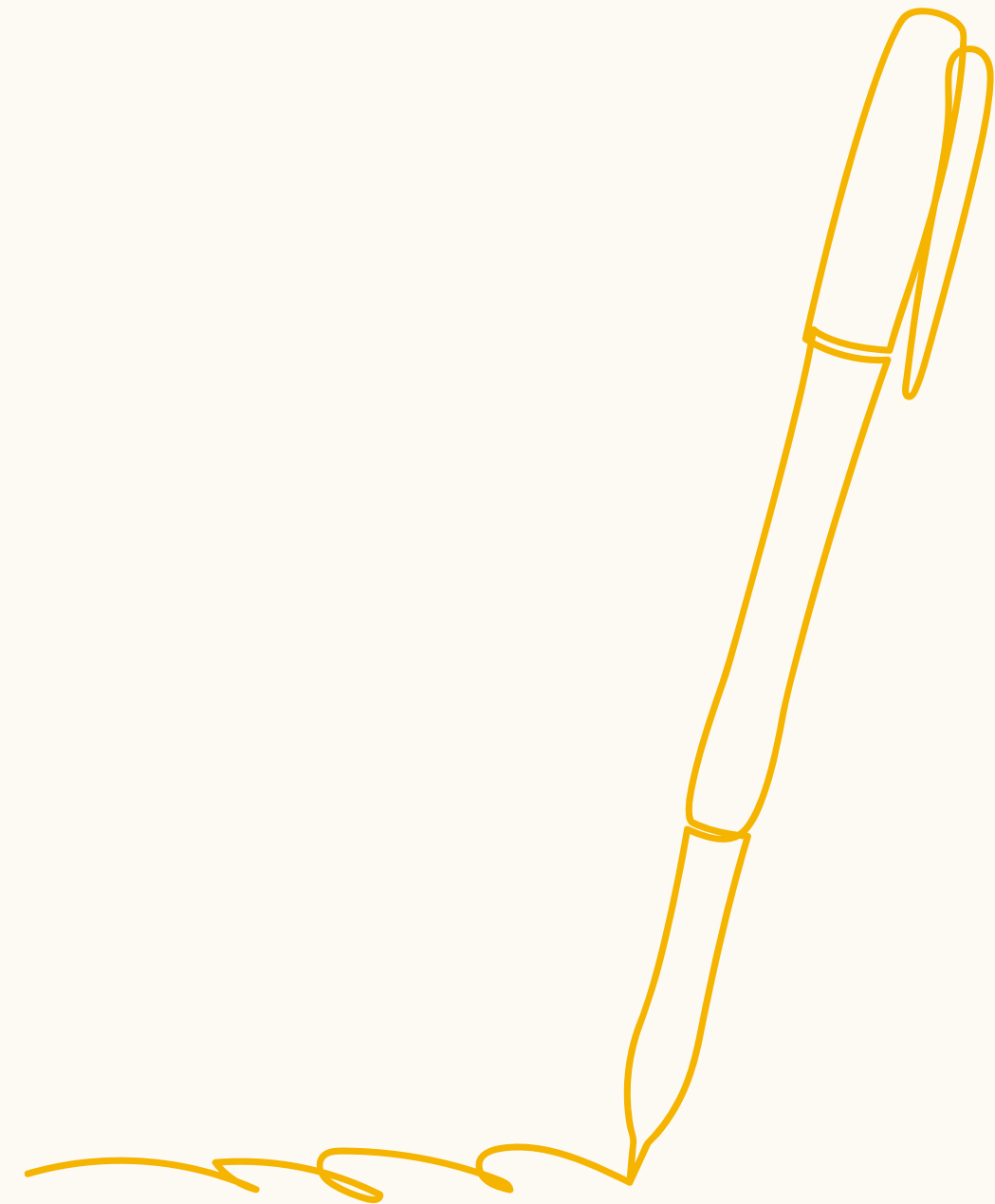
A PERGUNTA **REAL** É:

QUEM É QUE VAI ESCOLHER
O MEU BOLO
EM VEZ DOS OUTROS?

Para te ajudar a perceber quem serão os teus clientes,
podes fazer um exercício simples

Essa pessoa tem um **perfil**

VAMOS DESENHÁ-LO:





Que idade tem?

Onde vive?

O que valoriza? O preço, a qualidade, o facto de ser caseiro, a personalização?

Em que ocasiões compra bolos?

Onde passa o tempo online?

Quanto mais conheces o teu cliente,
mais fácil é falares com ele

Mas talvez assim ainda seja difícil

Vamos tentar de **outra forma**

Imagina um cliente **real**

Alguém que **conheces** ou poderias conhecer

E agora **descreve** esse cliente,
como se estivesses a contar a uma amiga

A MINHA CLIENTE TÍPICA:

chama-se Ana,

tem 35 anos,

trabalha,

não tem tempo para
fazer bolos em casa,

mas quer dar qualidade
às ocasiões especiais



Agora outro exemplo mais **radical**

Imagina que o teu público são senhoras
com mais de **80 anos**

Vais precisar de **perceber** algumas coisas:

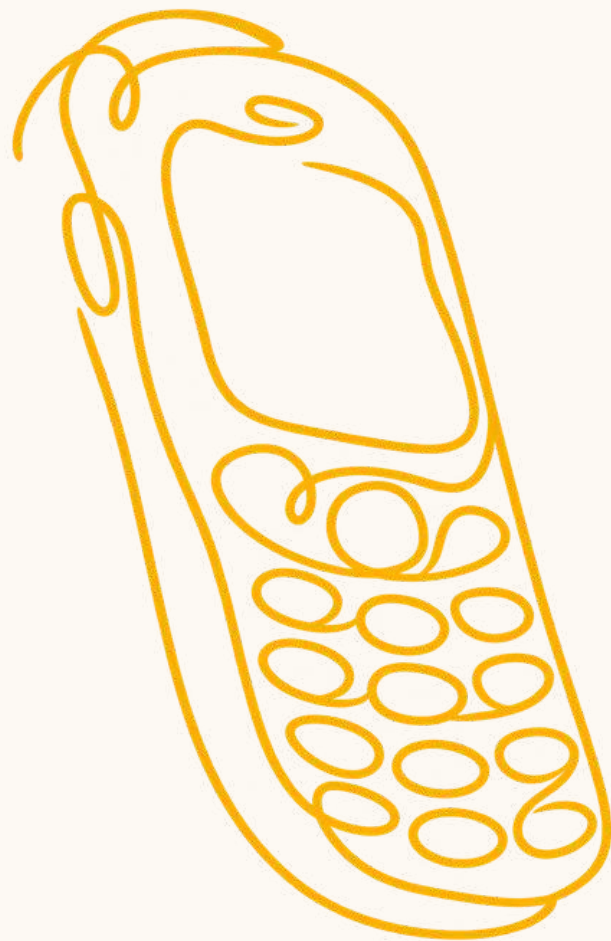
Essas senhoras compram online ou só pessoalmente?

Quem lhes compra as coisas? Elas próprias ou os filhos?

Como chegar até elas? Pela rua, pelo boca a boca, por uma associação local?

O PÚBLICO DEFINE O CANAL

Não adianta ter Instagram,



se o cliente **não** usa telemóvel

DEFINIR O TEU PÚBLICO,
NÃO É SABER JÁ O NOME DOS CLIENTES

MAS É COMEÇAR A **PERCEBER**,
COMO É QUE VAIS **CHEGAR** ATÉ ELES

Mais uma coisa importante

O PÚBLICO PODE NÃO SER SÓ UM

NO EXEMPLO DOS BOLOS PODE HAVER DOIS PÚBLICOS DISTINTOS

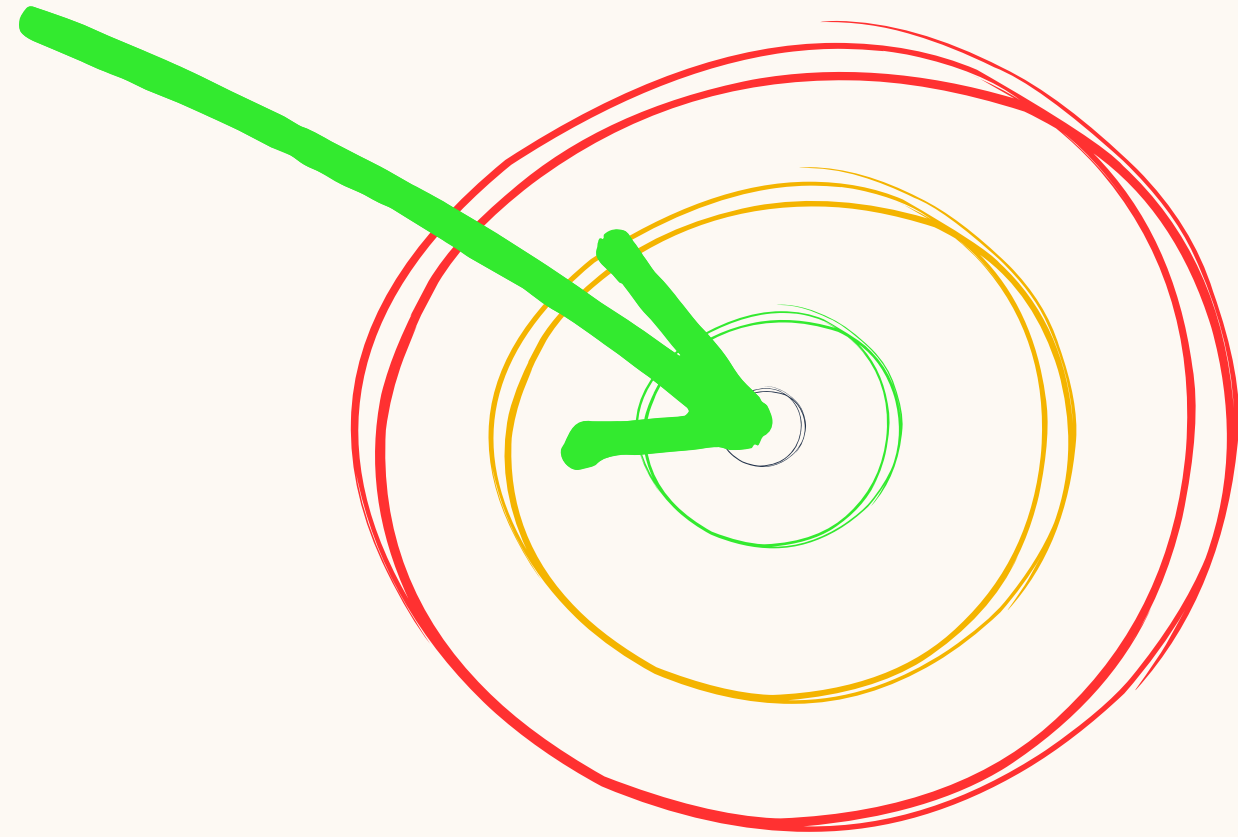
As senhoras mais velhas
que compram para
consumo próprio

e as filhas adultas
que compram para
oferecer

SÃO PESSOAS DIFERENTES,
COM MOTIVAÇÕES DIFERENTES

E A FORMA DE CHEGAR
A CADA UMA,
TAMBÉM É DIFERENTE





RECONHECER ISSO DESDE O INÍCIO
EVITA MUITA CONFUSÃO MAIS TARDE



PAULA VIEIRA

© *Whispering Book / 2026*