

# Discutindo Conteúdo e Persona

desenvolvimento de conteúdo



prof.digital

/\*\*  
\*  
\* Creative Commons (CC) 2019-2020 Marcos Vinicius da Silva Santos and Marcos Antonio dos Santos  
\*  
\* Licensed under the Creative Commons, Version 4.0; you may not use this file except in compliance with the License.  
\* You may obtain a copy of the License at  
\* <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>  
\* <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode>  
\* Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)  
\*  
\* Licenciado pela Creative Commons, Versão 4.0; você não pode usar este arquivo, exceto em conformidade com a Licença.  
\* Você pode obter uma cópia da Licença em  
\* [https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.pt\\_BR](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.pt_BR)  
\* <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.pt>  
\* Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)  
\*  
\* Unless required by applicable law or agreed to in writing, software distributed under the License is distributed on an "AS IS" BASIS,  
\* WITHOUT WARRANTIES OR CONDITIONS OF ANY KIND, either express or implied.  
\* See the License for the specific language governing permissions and limitations under the License.  
\*/

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



prof.digital

## Mensagem inicial

**Espero que a minha aula seja transformadora para você**

***"Non scholae, sed vitae discimus"***  
*"Eduque-se para a vida, não para a escola" [Sêneca]*

***"Estudar é uma arte"***  
*[Fábio Akita]*

***"Conhece-te a ti mesmo"***  
*[Autor desconhecido]*

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



## Produção Conteúdo

- Exige uma grande dedicação e esforço
- Seu site com a oferta do produto/serviço possa ser encontrado através dos motores de busca
- Persona = representa uma personagem com características baseadas em fatos reais, dados concretos, pesquisa vai realizar

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



### **Por que criar um modelo de persona é importante?**

- Definir as estratégias negócios, desenvolvimento do site, campanhas pagas de Ads, interação na redes sociais, etc.
- Não é uma única pessoa que desenvolve a persona e sim um grupo de trabalho ou equipe reunida com essa finalidade
- Um bom grupo ou equipe deve ser multidisciplinar, ou seja, cada integrante tem um conjunto de experiências e conhecimentos próprios

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.oficial e @1268marcos



### **Definir um nome/título**

- Sandra ou Luís
  - Ao usar um nome humano não faça generalizações ou crie estereótipos para a persona
- “aspirante a empreendedor”
  - Cuidado para não ser generalista
  - Considere as informações que ele transmite
  - Resume bem os objetivos e necessidades desse público
- Ajuda nas referências do desenvolvimento do trabalho feito pela equipe

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.oficial e @1268marcos



### **Definir uma imagem**

- Pessoa real / Foto
- Arte, use com cuidado
- Precisa refletir as descrições do perfil da persona, ou seja, se o produto/serviço é para um público idoso e ativo não vá utilizar a imagem de alguém que expressa a sensação de estar em uma fila para passar em uma consulta médica

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



### **Procure respostas em relação ao produto/serviço**

- Quais atitudes?
- Quais interesses?
- Quais soluções o modelo de persona está procurando?
- Quais características despertam mais interesse?
- Considere realizar entrevistas com clientes, pesquisas, questionários, analisar as reclamações nos concorrentes, etc.

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



### Dados demográficos

- Hábitos
- Estilo de vida
- Comportamento do modelo de persona
- Observar tendências
- Estatísticas (Google Analytics, IBGE, Dieese, Google Trends, etc.)
- Origem, idade, estado civil, profissão, renda
- Interação com site ou redes sociais (se houverem)

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



### Definir o arquétipo

- Características que estão no inconsciente coletivo
  - Apontam para a personalidade, as motivações e os objetivos de um indivíduo
- 12 – inocente, explorador, sábio, herói, fora da lei, mago, cara comum, bobo da corte, amante, criador, governante, prestativo
- Atenção para não usar palavras muito gerais ou jargões que podem levar a estereótipos

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



### **Grau de relacionamento da persona com site/empresa**

- Ponto central no desenvolvimento de uma persona que permite definir estratégias
- Aqui você irá descobrir que precisa de mais personas por influenciar decisões de marketing e design
- Já comprou anteriormente algum serviço/produto/site
- Já usou anteriormente algum serviço/produto/site
- Conhece ou nunca ouviu falar

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



### **Crie uma história para sua persona**

- Use poucas palavras na história utilizando como base a:
  - Personalidade
  - Ética de trabalho
  - Motivações, Prioridades, Desejos, Frustrações
- É?
  - Sociável
  - Animado
  - Extrovertido
  - Organizado
- Faça uso de adjetivos assim você terá um norte para diferenciar usuários de potenciais consumidores

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



### **Alinhe os objetivos da persona com o produto/serviço**

- Esses objetivos podem ser abstratos como segurança no uso de serviços bancários ou tangíveis como possuir uma nova câmera fotográfica
- Experiências
  - É fácil de usar?
  - O que ela procura no produto/serviço?
- Sensações
- Dificuldades
- Dica: veja se o concorrente consegue atender esses objetivos

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.oficial e @1268marcos



### **Procure identificar barreiras para que a persona possa atingir o seu objetivo**

- O que impede ou dificulta a persona de consumir o seu produto/serviço?
- Quais são as suas preocupações?
- Quais frustrações com outras soluções que já existem?
- Quais dúvidas para tomar uma decisão?
- Dica: aqui você pode encontrar respostas para o aperfeiçoamento do produto/serviço

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.oficial e @1268marcos



### Crie um card para a sua persona contando a sua biografia

- Descrever uma biografia curta
- Incluir na biografia parte da sua história
- Apresentar um exemplo de uso
- Usar a imagem
- Defina uma frase/citação
- Destacar fatores da vida pessoal e profissional ajuda a tornar a persona em um cliente ideal para o produto/serviço

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



### Luís



- Tem 49 anos, casado, pai de 4 filhos do primeiro casamento (2 adultos e 2 na pré-adolescência). Já é avô e seus 2 netos moram em Tóquio (Japão).
- O imóvel que reside é financiado. Restam 16 anos para concluir o pagamento.
- É professor de informática em uma universidade na zona leste de sua cidade com um salário de R\$ 3.900,00. Trabalha em uma escola pública na cidade vizinha distante de sua residência 23 km como coordenador pedagógico e tem um salário de R\$ 5.100,00.
- Evita ao máximo fazer uso do transporte público. Utiliza para deslocamentos seu 4º automóvel da marca Fiat adquirido no ano passado.
- Seu medo é não conseguir acompanhar o crescimento de seus filhos.
- Deseja viajar com a família nas férias para o exterior.

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos





## Luís



- Ele sonha em trabalhar em um único lugar que permita passar mais tempo com a sua família.
- Pratica caminhada por cerca de 1 hora 3x por semana. Está tentando alterar o seu hábito alimentar que é baseado em lanches e refrigerantes.
- Usa o computador para desenvolver aulas, jogar, responder e-mails, realizar a pós-graduação em formato EAD e assistir streaming de séries favoritas. Não faz compra online.
- Nos momentos de lazer lê livros de auto conhecimento e de auto ajuda, gosta de atualizar suas redes sociais e profissionais pelo smartphone.
- “Acredito que a educação pode transformar a comunidade”

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



## Modelo adaptado de <https://app.xtensio.com/templates>

**Sandra Soares**

**Metas**

- Reduzir os hábitos alimentares e de bebidas não saudáveis.
- Melhorar a qualidade da vida de forma mais certeira.
- Fazer uso de tecnologia para o trabalho.
- Melhorar a saúde.
- Definir metas que possam impactar positivamente sua vida.
- Uma tarefa que precise ser concluída.
- Um objetivo de vida a ser alcançado.
- Uma experiência a ser sentida.

**Frustrações**

- Não estar familiarizada com a tecnologia vestível.
- Falta de conhecimento técnico.
- Os desafios que estão sendo propostos de evitar.
- Um ambiente que impede esse usuário de atingir seus objetivos.
- Problemas com as soluções disponíveis.

**Biografia**

Sandra é uma desenvolvedora front com 10 anos de experiência, 4 anos em UX. Atualmente está muito interessada em saber sobre os aspectos de saúde especiais no desenvolvimento profissional e no impacto na saúde familiar. Sandra deseja melhorar a sua qualidade de vida, associando boas práticas alimentares e exercícios físicos. Embora seja socialmente ativa em eventos e reuniões, ela não gosta de sair muito de casa e não gosta de sair muito de casa.

**Personalidade**

Introversão: ☐ Extroversão: ☒  
 Perfeccionista: ☐ Permissivo: ☒  
 Sensitivo: ☐ Insulso: ☒  
 Ágil: ☐ Previsível: ☒  
 Racional: ☐ Criativo: ☒  
 Fiel: ☐ Inconstante: ☒  
 Passivo: ☐ Ativo: ☒

**Motivações**

Incentivo Pessoal: ☐  
 Meta: ☐  
 Crescimento: ☐  
 Poder: ☐  
 Social: ☐  
 Dinheiro: ☐

**Marcas e Influenciadores**

**Canais preferidos**

Anúncios tradicionais: ☐  
 Mídia Social e Online: ☒  
 Referência: ☐  
 E-mail: ☐

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



## Entenda as motivações/satisfações da persona

- Crescimento ou medo?
- Poder ou realização?
  - Poder está associado a estar no comando ou ter influência sobre pessoas ou status
- Dinheiro ou **propósito**?
  - Propósito está associada a razão pela qual as pessoas fazem o que fazem
- Dica: Para Abraham Maslow o ser humano se motiva quando suas necessidades são todas supridas nessa ordem: fisiológicas, de segurança, sociais, de autoestima e de autorrealização. Para Frederick Herzberg a satisfação é alcançada por fatores externos e internos. David McClelland desenvolveu uma teoria baseada em realização, poder e afiliação (usa o tempo para criar e manter relações sociais)

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



## Acompanhe as marcas já estabelecidas e relacionadas ao produto/serviço

- Faça comparações (Benchmarking)
- Identifique as favoritas e mais usadas por seus usuários
  - São concorrentes ou poderão vir a ser no futuro
- Use os logos das marcas nas comparações

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



## Como será a comunicação com a persona?

- Redes Sociais
  - Marketing digital com anúncios em banner, anúncios em streaming de áudio/vídeo, Youtube, Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram, Pinterest, etc.
- Marketing de Influência
  - Recomendações de amigos e familiares, avaliações online em fóruns, digital influencer, etc.
- Mídia Tradicional
  - Tv, rádio, outdoors, materiais impressos, etc.
- Relações Públicas
  - Eventos de divulgação, Feiras/Congressos, Marketing de experiência, etc.

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



## O que você me diz sobre Luís e Sandra?

- Será que um é mais próximo a tecnologia e o outro não?
- Que os dois tem personalidade marcante cada um do seu jeito, ambos tem perspectiva de vida e objetivos parecidos como por exemplo a alimentação.

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



## Recapitulando

- Personas representam pessoas reais, vivas e que respiram. Elas se envolverão com o seu produto/serviço.
- Embora os indivíduos apresentados em uma persona sejam tecnicamente hipotéticos, as informações no documento não devem ser hipotéticas.
- Todas as questões (seções) devem ser concluídas com base em fatos, dados concretos e pesquisas.
- Quando autenticamente desenvolvidas e concluídas, tornam-se documentos de referência para garantir que cada decisão ligada ao produto/serviço, negócio, design e marketing reverbere junto ao público-alvo (consumidores).

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



## Desenvolvendo o conteúdo

- Escreva sobre um assunto que você domina
  - Produto/serviço, existem pessoas interessadas em se aprofundar ou conhecer.
- Busque por referências de qualidade para estimular
  - Outro idioma, livros, autores, vídeos, podcast e até concorrentes.
- Envolve a equipe no desenvolvimento do conteúdo
- Mantenha consistência/frequência na produção do conteúdo
  - Isso exige um calendário de publicações.
  - Finais de semana ou feriados longos não costumam gerar muitos acessos.
- Tenha mais de um a pessoa revisando o conteúdo
  - Não é possível, ok! Dê um dia de descanso para você e o conteúdo e revise-o.

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



## Desenvolvendo o conteúdo

- Evite construir parágrafos longos
  - Público lê rapidamente no online. Grande blocos afastam o leitor. Quebre os blocos tornando-os escaneáveis usando parágrafos, subtítulos (intertítulos), imagens e infográficos. Crie e abuse das listas.
- Primeiro procure ajudar a resolver a dor do público através do seu conteúdo
  - No online a auto promoção é percebida rapidamente e esse abordagem não vai funcionar.
- Priorize o título
- Capriche na introdução (no jornalismo isso chama-se Lide = Lead)
  - Técnica da Pirâmide Invertida
  - 2 primeiros parágrafos. Precisam ser atrativos. Faça uso dos gatilhos mentais.
  - Espaço entre os parágrafos

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



## Desenvolvendo o conteúdo

- A publicação do conteúdo deve ocorrer dentro dos seus domínios
- Defina onde ou em quais canais será divulgado o conteúdo
  - Exige um acompanhamento de médio prazo para ajustar/encontrar o que oferece melhor retorno
- Crie categorias para o seu conteúdo
  - Não é tarefa fácil. Categorias são recursos que tornam a experiência de navegação do usuário melhor.
- Copiou conteúdo de alguém
  - Antes peça autorização. Quando citar algum trecho exato deixar bem clara e exposta a referência e sendo possível crie um link para o original.

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



## Desenvolvendo o conteúdo

- Imagens de qualidade
- Call-to-Action (CTA) em cada conteúdo é necessário
- Escrita persuasiva (Copywriting)
  - Chame a atenção, explique o problema, compare diferentes modos de solução/resolução do problema, apresente a sua solução, como fazer para chegar até a solução, o leitor é rei torne-o importante, procure antecipar rejeições/objeções ao produto/serviço, crie e conte histórias (Storytelling), pense como o cliente, botão chamativo para um CTA.
- Permita o compartilhamento do conteúdo nas principais redes sociais associadas ao produto/serviço
  - Espalhe o conteúdo. Chame a responsabilidade para o público.

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos



## Desenvolvendo o conteúdo

- Tenha um reforço extra de conteúdos e temas preparados com antecedência
- Programe os próximos assuntos
- Verifique o desempenho/velocidade da página e do site. Use ferramentas como o Gtmetrix.com ou webanalyzer.io ou webpagetest.org
- Construa um checklist para auxiliar na elaboração do conteúdo
- Publique o resumo do conteúdo
- Pesquise, pesquise, pesquise, estude e sintetize em relatórios

Na web <http://prof.digital> | No Instagram @prof.digital.official e @1268marcos

