

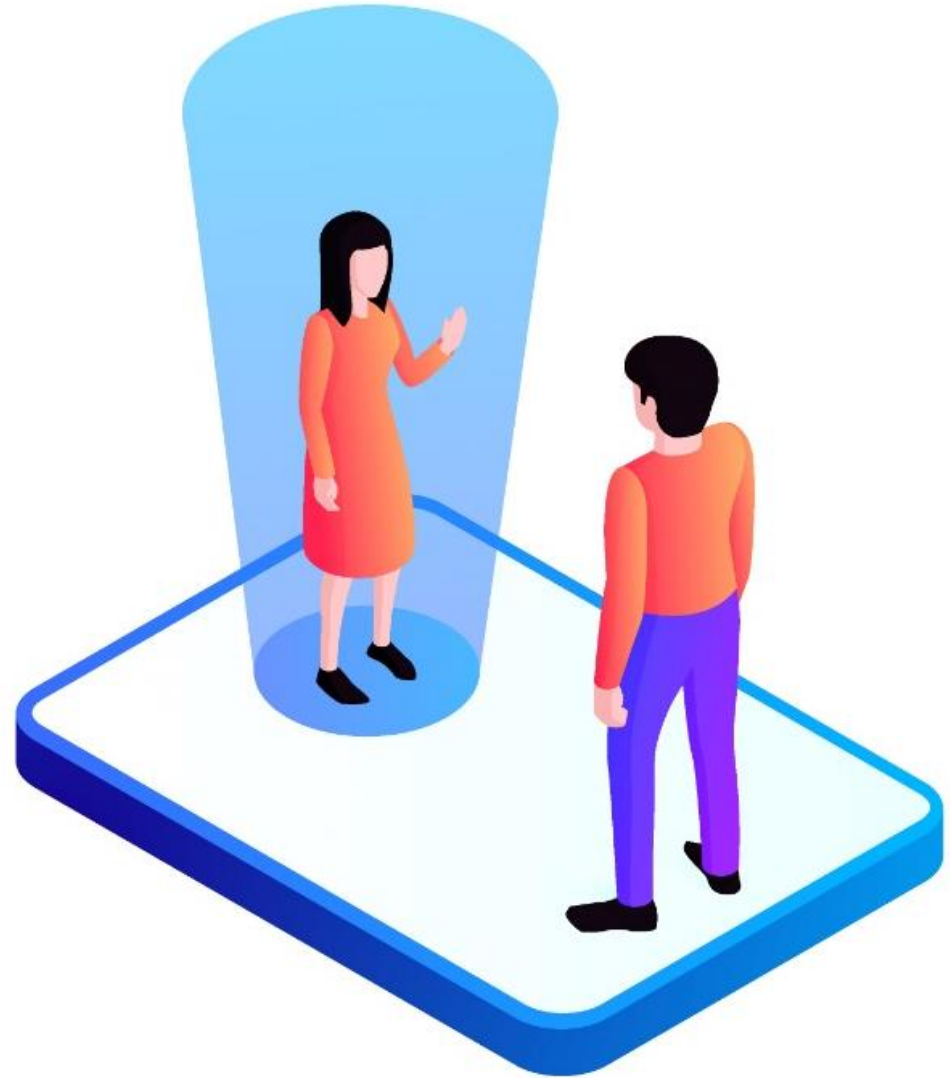
Como conhecer seu usuário?

Prof. Wesley Lopes de
Caldas



Sair do escritório

Passo 1



Entrevistar pelo menos 8 usuários

Passo 2



Organizar as informações

- Passo 3



Quais os objetivos em comum?

- Passo 4



Faça um produto que atenda as necessidades do seu usuário

- Passo 5



UX Research

Analisa o comportamento real do consumidor por meio de uma série de métodos qualitativos e quantitativos, incluindo entrevistas, pesquisas de mercado, criação e estudo de personas e testes de usabilidade.

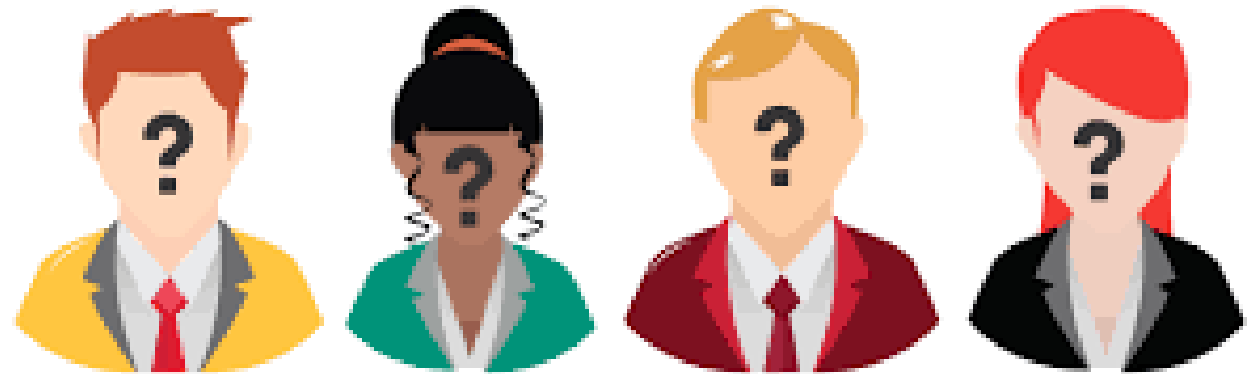


O que é uma persona?

- **Persona é um personagem fictício que representa o cliente ideal de um negócio.** É baseado em dados e características de clientes reais, como comportamento, dados demográficos, problemas, desafios e objetivos.
- A persona é uma ferramenta de segmentação de mercado e é a base do Marketing Digital.

Para criar a persona, é preciso pesquisar:

- Quem são os seus clientes?
- Com o que trabalham?
- O que fazem durante o dia?
- Como se informam?
- Quais são suas maiores necessidades?



Exemplo simples de persona:

- **Diego, 33 anos:** é workaholic, casado, e o gestor de marketing de uma média empresa da área de Marketing Digital.
- Ele tem um perfil analítico e focado em números, obcecado com novidades e inovações (busca novidades no mercado internacional), quer sempre qualificar seu time, não tem muito tempo e sua agenda é apertada.
- Seus principais obstáculos são a falta de orçamento para investir em novas soluções, o excesso de tarefas e a dificuldade de gestão de tempo, e a pouca mão de obra disponível para colocar em prática todas as suas ideias.



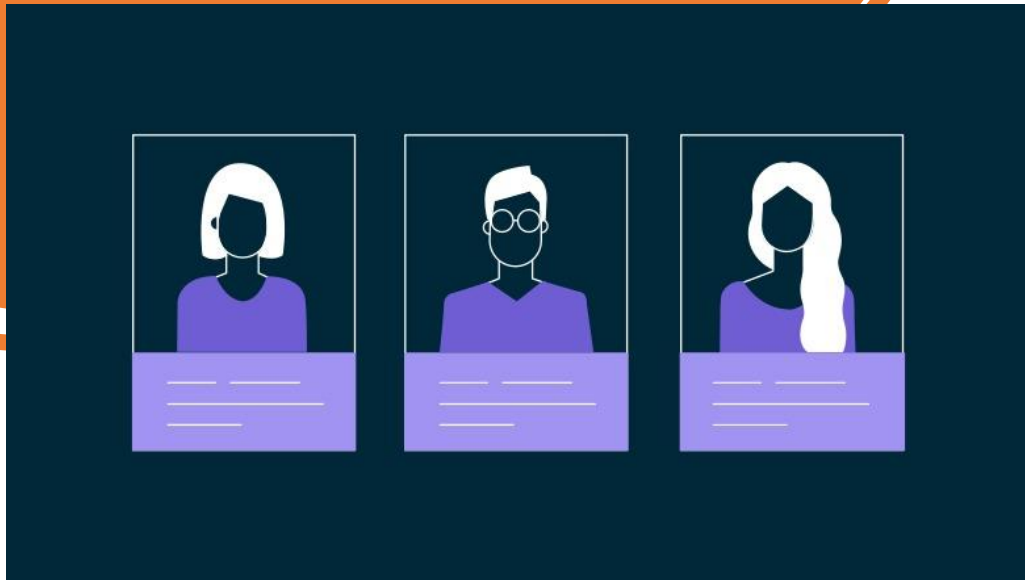
Tipos de personas

- **Buyer persona**

- Como o próprio nome indica, um perfil semifictício que representa o seu comprador ideal. Ou seja, o comportamento, as demandas, os desafios e objetivos do consumidor final do seu negócio. A partir dessa criação, é possível direcionar os seus esforços para **gerar um impacto positivo no cliente em potencial e aumentar as suas chances de venda.**

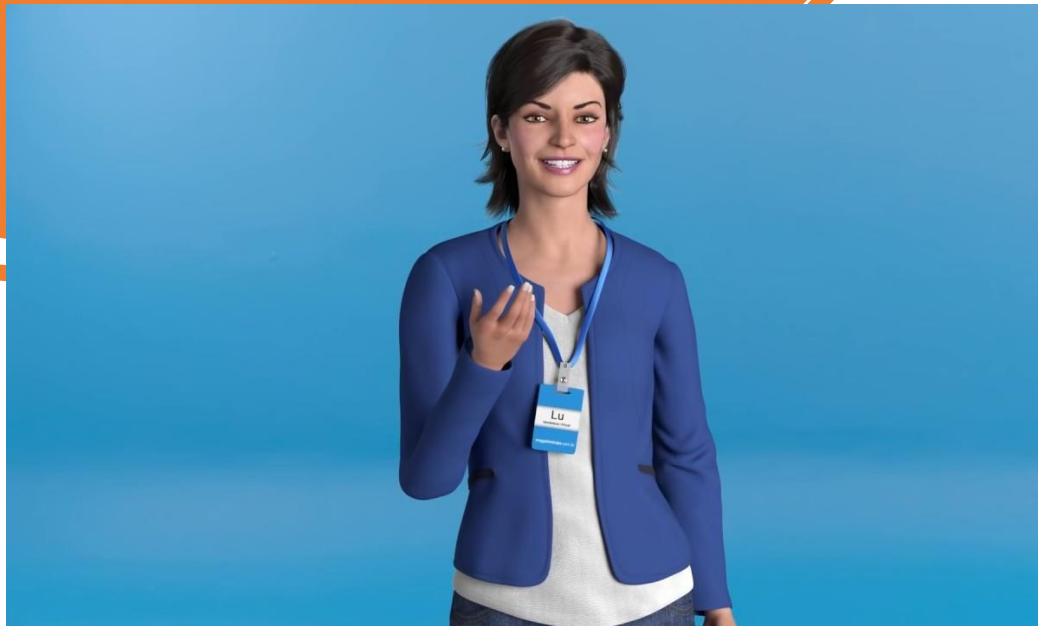


Tipos de personas



- **Audience persona**
- Audience persona que representa quem visita as suas páginas nas redes sociais, lê as publicações do seu blog ou até assiste aos seus vídeos.

Tipos de personas



- **Brand persona**

- A persona não precisa ser apenas o seu consumidor ou audiência, pode ser a sua própria empresa. A ideia é humanizar a sua marca, criando um perfil que represente os valores e a visão da companhia e, assim, traduzir esses conceitos a partir de mensagens mais efetivas.

Tipos de personas

- **UX persona**

- A persona é baseada nos objetivos, desejo e motivação.

- Vem junto com uma persona secundária que é usada para complementar as informações de objetivos a serem alcançados.

Creating UX Personas

Behaviors

- She's not afraid of hard work, and to spend all day in the office,
- Uses Instagram and Twitter to keep up on the latest trends.

Goals

- Manage all of her clients
- Looking for new products to enhance productivity

Pain Points

- Since Jane freelances, each client makes her have an email account with their company. She has a hard time keeping track of all of them, and responding promptly

Motivations

- Happiness
- Pride
- Social

Personality

Social vs Ego: Social is high, Ego is low.

Order vs Freedom: Order is high, Freedom is low.

Extrovert vs Introvert: Extrovert is high, Introvert is low.

Thinking vs Feeling: Thinking is high, Feeling is low.

Judging vs Perceiving: Judging is high, Perceiving is low.

Brands

lyft, McDonald's, Trader Joe's, ZARA, Instagram, Apple

Bio

Jane is a passionate freelancer who gives her all to each and everyone of her clients. She has trouble keeping track of tasks, and managing all of her client accounts. She enjoys a thriving social life, and enjoys

Age: 34
Job: Freelance PR Strategist
Location: Brooklyn, NY
Status: Single, no kids
Income: \$145,000

Quote: "To be good at PR you need to know about what is in and be up on all trends"



PERSONA = ALINHADOR DE ESFORÇOS

Como criar a sua persona?



Coletar os dados de clientes;



Realizar perguntas a esses clientes;



Analisar os dados coletados;



Estruturar a persona;



Compartilhar a persona com a equipe.

Quais perguntas fazer aos clientes?

Demográfica

- Qual seu gênero? Idade? Cidade? Escolaridade?

Pessoal/profissional

- Como é sua rotina?
- Quais são suas principais responsabilidades?
- Quais são seus principais objetivos e obstáculos pra atingi-los?

Quais perguntas fazer aos clientes?

Consumo de conteúdo

- Quais redes sociais você usa?
- Como você se mantém informado?
- Como você aprende novas habilidades?
- Quais assuntos você mais gosta de acompanhar?

Hábitos de compra

- Quais marcas você costuma usar?
- Como você se informa sobre marcas e produtos? Onde costuma comprar?
- Em quais canais você prefere interagir com marcas?