Persona é uma ferramenta simples para criar seu produto com um usuário-alvo específico em mente, em vez de um genérico.

É a representação dos dados reais do público-alvo, reunidos em uma pesquisa anterior, como a entrevista do usuário.

Definições:  
Personas oferecem orientações poderosas para tomar decisões estratégicas e de planejamento.

Geralmente inclui: Objetivos:

O que os usuários estão tentando alcançar e quais as tarefas que desejam realizar

Comportamento:

Padrões de comportamento online e off-line, ajudando a identificar os objetivos dos usuários

Atitudes:  
Atitudes relevantes que preveem como os usuários se comportam

Motivações

Por que os usuários desejam atingir essas metas?

Objetivos do negocio

Personas são uma ferramenta para o foco, foco do projeto e do produto.

Uma ferramenta pra focar o que?

Mantem você concentrado em seus principais usuários.

EM vez de: “Este software pode fazer isso isso isso...”

Voce começara a utilizar: O que essa persona precisa e consegue fazer com esse produto?

Persona vai evitar que você projete para si mesmo. Personas ajudam você a adaptar seus projetos ao seu publico-alvo.

5 etapas pra criar uma persona:

1 – coletar informações sobre sues usuários:

O primeiro passo é dar uma olhada mais de perto em seus dados reunidos na fase de descoberta, especialmente a entrevista do usuário. Marque seus insights mais importantes, principalmente problemas.

Esses insights podem vir do google analytics, pesquisa online, pesquisa cara a cara. Todos esses coletados vao te ajudar a informar a sua persona. Durante a marcação dos insights, marque principalmente problemas e necessidades. E claro que você não deve esquecer que nesta fase 1 alem dos dados dos usuários você também registrar as informações dos seus clientes/stakeholders.

2 Identificar padrões comportamentais

O objetivo dessa etapa é encontrar padrões nos dados de pesquisa do usuário que possibilitem agrupar pessoas semelhantes em tipos de usuários.

Esse agrupamento pode ser feito por problemáticas similares, profissões, formulas de uso ou usabilidade. Afility map. Resumo: Quando tem post-it com insights do passo 1, o passo 2, você vai começar a agrupar os seus post-its.

3 Crie as personas

As personas geralmente incluem as seguintes informações-chave:

Nome fictício

Cargos e principais responsabilidades

Informações extras, como idade, escolaridade, etnia, salário, local de moradia

Objetivos e tarefas que eles estão tentando concluir usando o produto ou serviço

Problemas e frustrações encontrados ao usar o produto

Seu ambiente físico, social e tecnológico

Uma frase que resumo o que é mais importante para a persona no que se refere ao seu produto

Imagens casuais que representam esses usuários

4 – Cenários de interação e documentação

É aqui que você vai definir o valor da persona

Um cernario é uma situação temporal que descreve como uma persona interagiria com um produto em um contexto particular para atingir seu objetivo.

5 – Compartilhe suas descobertas

É fundamental apresentar os resultados para os stakeholders e para o seu time. Todos os membros da equipe e stakeholders devem ter uma associação positiva com personas e ver o valor nelas.

Geralmente, ter posters, cartões, figuras de ação e outros objetos físicos reais ajuda a comunicar personas e ajuda a manter a persona em destaque, em vez de ter uma versão digital.