

# TechVision – Público-Alvo e Personas

**Caio José Soares da Luz – 247620**

**Mateus Franco Bezerra – 249294**

**Augusto Luis Armelim Dalsoglio – 248166**

**Gabriel Alberto de Oliveira – 248309**

**Wellington Henrique De Camargo – 249277**

**João Paulo Ribeiro Brisola Pereira – 248977**

## Óticas



## Usuário de óculos



A Tech Vision conta com dois perfis principais de consumidores: **ópticas e usuários comuns que utilizam óculos**.

Pensando nisso, consideramos fielmente nosso público-alvo primário, óticas. Entretanto, temos nosso público-alvo secundário, que, consequentemente, são usuários de óculos conectados aos meios digitais, que buscam meios de compra com praticidade e variedade.

Desse forma, a seguir três Personas idealizadas para o projeto, tendo como base os dois públicos-alvos:

# Persona 1



**Nome:** Anna Luisa

**Idade:** 22 anos

**Profissão:** Secretaria de Marketing Digital

**Localização:** Sorocaba - SP

**Status:** Solteira, mora sozinha

**Perfil:** Usa óculos desde a adolescência (miopia e astigmatismo), atualiza sua receita a cada 6 meses, usuária frequente de marketplaces e sites de compras online como Centauro, Amazon e Mercado livre. Sempre leva em conta a praticidade e personalização dos item que compra.

**Objetivos:** Procura comprar óculos sem a necessidade de ir à óticas físicas, além de garantir que sua receita esteja sempre atualizada. Visa, também, alcançar diversas armações e todo tipo de tratamento em lentes, visando um melhor custo benéfico.

**Dores:** Se deslocar à ótica com receita física; poucas diversidade de armações; falta de previsão e atualizações sobre a lente; falta de transparência sobre preços e tratamentos de lentes; suporte escasso.

# Persona 2

**Nome:** Bruno Silva

**Idade:** 42 anos

**Profissão:** Dono de ótica de bairro e ex-sócio de laboratório

**Localização:** Sorocaba - SP

**Status:** Casado, pai de família

**Perfil:** Proprietário de uma ótica de bairro e gestor de um laboratório de lentes. Atua em um mercado competitivo, onde precisa equilibrar custos, fidelizar clientes e se destacar frente às grandes redes.



**Objetivos:** Busca ampliar o volume de pedidos expandindo a clientela, além de reduzir erros manuais de receitas das lentes e tornar o fluxo de pedidos melhor estruturado e transparente, a fim de ter mais controle sobre prazos e status de produção.

**Dores:** Concorrência acirrada com grandes redes do setor. Processos pouco digitalizados, que geram retrabalhos e atrasos. Além disso, também há uma má comunicação entre ótica, laboratório e consumidor final

# Persona 3

**Nome:** Antônio da Silva

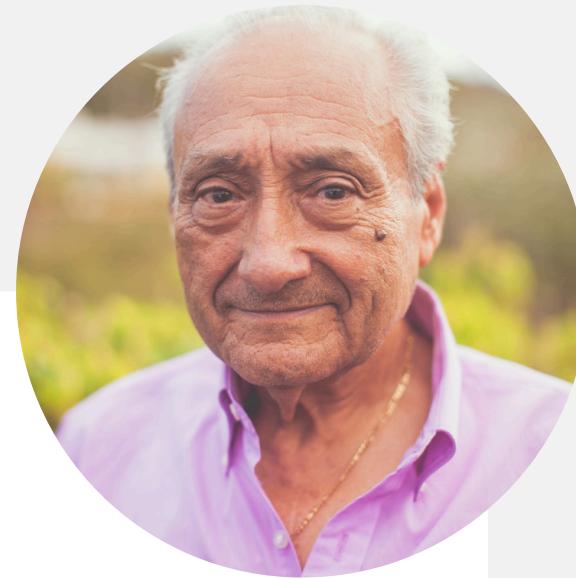
**Idade:** 68 anos

**Profissão:** Técnico em óptica

**Localização:** Sorocaba - SP

**Status:** Casado, 3 filhos

**Perfil:** É criterioso quanto a qualidade das lentes e revisa tudo pessoalmente. Valoriza a tradição e reputação, tem clientes antigos fiéis. Prefere contatos presenciais ao invés de online. Prefere sistemas com informações claras, sem jargões técnicos.



**Objetivos:** Garantir a qualidade das lentes entregues às óticas. Gostaria de digitalizar uma parte do processo, mas sem perder o toque humano e a tradição. Aumentar a eficiência do laboratório, reduzindo falhas. Ter parcerias duradouras com óticas que confiem nele. Aprender a usar ferramentas digitais de forma simples e prática.

**Dores:** Tem pouca familiaridade com sistemas digitais. Má comunicação com as óticas, recebendo, muitas vezes, receitas incompletas ou mal digitalizadas. Tem dependência de terceiros, precisando da ajuda dos funcionários para utilizar softwares. Enfrenta laboratórios mais modernos que oferecem serviços mais rápidos e desenvolvidos.

Obrigado por  
acompanhar