



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: **óticas e usuários comuns que utilizam óculos.**

Pensando nisso, consideramos fielmente nosso público-alvo primário, óticas. Entretanto, temos nosso público-alvo secundário, que, conseqüentemente, 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.

The background features various hand-drawn doodles in a dark grey color. At the top, there are several overlapping circles and loops. On the right side, there are some vertical, brush-like strokes. At the bottom, there are more circles, a wavy line, and some small, downward-pointing chevrons. The overall style is casual and artistic.

Obrigado por
acompanhar