

**CURSO:** Análise e desenvolvimento de sistemas

**POLO DE APOIO PRESENCIAL:** Higienópolis

**SEMESTRE:** 3º Semestre

**COMPONENTE CURRICULAR / TEMA:** Projetos empreendedores

**NOME COMPLETO DO ALUNO:** Thiago de Almeida Oliveira; Rafael Matielo Antunes; Pedro Miguel Antunes; Felipe Morishita

**TIA:** 10408614; 10415871; 10415546; 10415743

**NOME DO PROFESSOR:**

A atividade consiste na criação de uma persona (buyer persona) que represente o perfil de um cliente típico de seu negócio, conforme explicado no tópico “Explorando os conceitos”. Em seguida, você definirá os canais de marketing digital mais adequados para alcançar essa persona.

**1 – Descreva sua persona**, em uma página, indicando no mínimo as seguintes características: nome do personagem, idade, classe social, local de residência, sua rotina diária, suas preferências e seus desejos.

Sugestão: consulte referências de personas no Google Imagens ou vídeos no YouTube.

**2 – Uma vez criada a persona, defina os canais de comunicação de marketing digital** mais indicados para atingir esse perfil de pessoa. Justifique.

Exemplo: Redes sociais? Se sim, quais? Blogs especializados? Anúncios em Google Ads ou similares? Portais de notícias, de que tipo? E-mail marketing? Marketplaces ? Se sim, quais?

1. Descrição da Persona

**Nome:** Carlos Almeida

**Idade:** 45 anos

**Classe Social:** Classe alta

**Local de Residência:** Jardins, São Paulo

**Rotina Diária:**

Carlos é um executivo de uma grande empresa de tecnologia. Ele começa seu dia cedo, por volta das 6h30, e utiliza um serviço de escolta para ir ao trabalho, já que sua posição envolve

riscos de segurança. Durante o dia, ele participa de reuniões e toma decisões estratégicas. Após o trabalho, Carlos costuma se encontrar com amigos ou participar de eventos de networking. Nos fins de semana, ele gosta de viajar e aproveitar momentos em família, priorizando a segurança em todas as suas atividades.

### **Preferências:**

Carlos valoriza a segurança e a proteção, sendo muito criterioso ao escolher serviços de segurança. Ele é um consumidor exigente, que aprecia um atendimento personalizado e de alta qualidade. Além disso, ele é adepto de tecnologia e está sempre em busca de inovações que melhorem sua segurança e bem-estar.

### **Desejos:**

Carlos deseja viver de forma tranquila e segura, tanto em sua vida pessoal quanto profissional. Ele quer garantir a proteção da sua família e de seus bens. Além disso, busca serviços que possam oferecer praticidade e eficiência, sem renunciar à qualidade.

## **2. Canais de Comunicação de Marketing Digital**

### **Redes Sociais:**

**LinkedIn e Instagram** são as plataformas mais adequadas para atingir Carlos. O LinkedIn é importante para networking e para a divulgação de conteúdos profissionais, enquanto o Instagram pode ser utilizado para mostrar casos de sucesso e a expertise da empresa em segurança.

### **Justificativa:**

Carlos utiliza o LinkedIn para se conectar com outros profissionais e empresas, e o Instagram pode apresentar visualmente a eficácia dos serviços, criando uma imagem de confiabilidade.

### **Blogs Especializados:**

Um blog focado em segurança, com artigos sobre tendências, dicas e notícias do setor, pode atrair o interesse de Carlos.

### **Justificativa:**

Ele valoriza informações relevantes que possam ajudar a tomar decisões sobre segurança, e um blog bem estruturado pode estabelecer a marca como uma autoridade no assunto.

### **Anúncios no Google Ads:**

Investir em anúncios segmentados no Google para capturar a atenção de Carlos quando ele busca por serviços de segurança ou escolta.

### **Justificativa:**

Dessa forma, a marca estará visível no momento em que Carlos está ativamente procurando soluções de segurança.

### **E-mail Marketing:**

Um newsletter mensal com dicas de segurança, novidades do setor e ofertas exclusivas pode ser uma estratégia eficaz.

### **Justificativa:**

Carlos aprecia informações práticas e relevantes que o ajudem a manter sua segurança e de sua família.

### **Portais de Notícias:**

Colocar anúncios ou artigos em portais voltados para negócios e segurança pode ser uma forma eficaz de alcançar Carlos.

### **Justificativa:**

Ele frequenta esses portais para se manter informado sobre tendências do mercado e questões de segurança.

Com essa abordagem, a comunicação com a persona será mais alinhada ao foco do negócio de guarda e escolta, aumentando a eficácia das estratégias de marketing digital.

Link do vídeo: <https://youtu.be/NFjeSnz3xmE>