

## Persona: O Guia Definitivo

### Descubra quem é o seu verdadeiro cliente

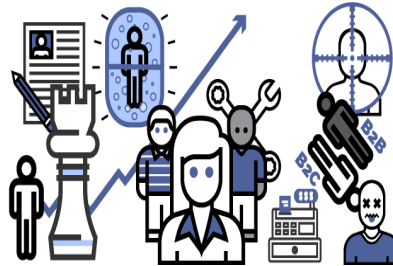
Jovens de 18 a 24 anos. Mulheres com mais de 30 e que trabalham no centro de São Paulo. Homens com menos de 45 anos e ensino superior.

Muitas vezes quando uma empresa começa a fazer seu planejamento de marketing digital, ao perguntarmos como seria o seu comprador ideal são essas as respostas que ouvimos. No entanto, mesmo com essas respostas, o problema é que **a pergunta continua em aberto**.

E, não é por menos: dentro do universo de jovens com mais de 18 anos, de mulheres com mais de 30 ou de homens formados na faculdade com menos de 45, existem indivíduos com várias outras características, além dessas, que são bastante importantes para as vendas do seu negócio.

Existem aqueles que procuram informação sobre um determinado serviço na web, os que estão em busca de informações sobre a própria profissão e até aqueles que procuram na internet a solução para um de seus problemas na empresa.

Dados que, ao serem misturados com outros — idade e sexo, por exemplo — compõe o perfil daquilo que chamamos de personas, **uma das ferramentas mais importantes para uma estratégia de marketing digital**.



## Sumário

O que é persona?  
Qual a diferença entre persona e público alvo?  
Como criar a sua persona?  
Quais são as informações essenciais para criar uma persona?  
Como estruturar a(s) sua(s) persona(s)  
Tipos de persona (B2B X B2C)  
Como aplicar a persona na sua estratégia de marketing?  
Quais ferramentas usar para construir a sua persona?  
Como a persona pode ajudar no seu processo de vendas  
Erros comuns



## Parte 1

### O que é persona?

Ficou curioso em saber o que é essa tal persona?

Então vamos explicar: uma persona é um personagem semi-fictício criado para ajudar um determinado negócio a entender melhor quem é o seu cliente ideal. Tudo isso, claro, baseado em **pesquisas de mercado e em análises de dados reais do seu público atual**.

Agora talvez você esteja se perguntando, na prática, para que serve essa tal persona: para que seja possível **direcionar da melhor forma o conteúdo** dos seus posts nas redes sociais, os artigos do blog e até os ebooks criados para sua estratégia de marketing de conteúdo.

Mas **não confunda persona com público alvo**, heim?! Porque são duas coisas bem diferentes — e vamos explicar melhor essas diferenças no próximo tópico.

Quer saber mais sobre o que são personas? Então esses conteúdos vão te ajudar a entender melhor o assunto:

- O que é Buyer Persona e como criar uma? (<http://flammo.com.br/blog/o-que-e-buyer-persona-e-como-criar-uma-para-meu-negocio/>)
- Aprenda o que são Buyer Personas e como criá-las (<http://marketingdeconteudo.com/personas/>)
- Como conhecer seu público através do marketing de conteúdo (<http://marketingdeconteudo.com/conhecer-publico-atraves-marketing-conteudo/>)
- How User Personas Can Improve Your SEO Strategy (<https://blog.kissmetrics.com/user-personas-for-seo/>)





## Parte 2

### Qual a diferença entre persona e público alvo?

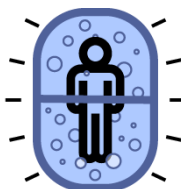
Quando percebemos que tanto no público alvo quanto na persona nós encontramos definições e informações a respeito dos nossos possíveis clientes, fica parecendo que uma coisa é igual a outra.

De fato, as personas são identificadas dentro de um determinado público alvo. No entanto, elas são como um "zoom" desse público onde podemos ver mais detalhes e informações sobre ele.

Por isso, enquanto o **público alvo é dotado de informações demográficas e socioeconômicas** mais genéricas, a **persona tem características mais específicas e pessoais**.

Esses conteúdos vão te ajudar a entender melhor a diferença entre persona e público alvo:

- Customer Personas: What Sally can show you (<http://www.tronviggroup.com/customer-personas-what-sally-can-show-you/>)
- Persona e público-alvo: qual a diferença no marketing? (<http://flammo.com.br/blog/persona-e-publico-alvo-qual-a-diferenca-no-marketing/>)
- Aprenda o que são Buyer Personas e como criá-las (<http://marketingdeconteudo.com/personas/>)
- O Guia para criação de Personas (<http://marketingdeconteudo.com/o-guia-para-criacao-de-personas/>)



## Parte 3

### Como criar a sua persona?

Para criar sua persona, você vai precisar coletar dados e informações sobre os seus clientes atuais ou potenciais clientes.

Esqueça o "achismo" e tudo aquilo que você pensa que sabe a respeito do seu negócio. Para encontrar os detalhes sobre o seu público é preciso fazer uma série de **questionamentos** e ficar de olho nas respostas.

Para construir sua persona, é essencial obter informações sobre o **comportamento e hábitos** de alguém que seria seu cliente ideal, como cargo ou área de atuação.

Dados demográficos e sociais, como localização ou classe econômica, também são importantes para identificar as características dos seus consumidores. Tudo isso pode ser feito através de pesquisas tanto na web — com ferramentas como o Google Analytics — quanto fora da rede.

Esses conteúdos vão te ajudar a entender melhor como criar a sua persona:

- Guia prático para criação de personas (Script) (<http://marketingdeconteudo.com/guia-criacao-personas/>)
- [FERRAMENTA GRATUITA] O Gerador de Personas (<http://marketingdeconteudo.com/gerador-de-personas/>)
- How to Create Detailed Buyer Personas for Your Business (<http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/33491/Everything-Marketers-Need-to-Research-Create-Detailed-Buyer-Personas-Template.aspx#sm.000005eafisz7lepeqwws9yf12239>)
- O Fantástico Gerador de Personas (<http://geradordepersonas.com.br/>)



## Parte 4

### Quais são as informações essenciais para criar uma persona?

Já sabemos que tipo informação é necessária para criarmos a persona, mas ainda precisamos saber quais dados devemos levar em conta. Para isso, elaboramos algumas perguntas sobre diferentes áreas da vida dessa persona para nos ajudar a criar uma identidade.

#### Sobre o trabalho

O que você faz no trabalho?

Como é a sua rotina no trabalho?

Quais ferramentas que você usa no dia a dia?



**Sobre a empresa**

Qual o segmento do seu negócio?  
Quanto funcionários sua empresa tem hoje?

**Sobre os objetivos da persona**

Quais são seus objetivos?  
Como você pretende alcançá-los?

**Sobre a maneira como ela busca informações**

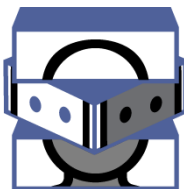
Quais são as principais revistas, jornais, sites e blogs que você acompanha?  
Como você procura aprender mais a respeito do seu trabalho?

**Informações pessoais**

Qual é o seu grau de instrução?  
Como você chegou até seu patamar profissional de hoje?

Esses conteúdos vão te ajudar a entender melhor quais são as informações essenciais para criar uma persona:

- 20 Questions to Ask When Creating Buyer Personas (<http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/30907/9-Questions-You-Need-to-Ask-When-Developing-Buyer-Personas.aspx#sm.000005eafisz7lepeqwws9yf12239>)
- Aprenda o que são Buyer Personas e como criá-las (<http://marketingdeconteudo.com/personas/#dados>)
- How to Create Buyer Personas That Are Scary Accurate (<http://www.wordstream.com/blog/ws/2015/09/23/buyer-personas>)
- Esqueça a pesquisa de palavras chave, pense em personas (<http://marketingdeconteudo.com/esqueca-a-pesquisa-de-palavras-chave/>)

**Parte 5****Como estruturar a(s) sua(s) persona(s)**

Uma vez que você tenha todos as informações necessárias em mãos, vai precisar estruturar todos estes dados e montar um **documento que descreva sua persona de maneira clara**.

Esse documento é de extrema importância, pois, pode ser utilizados por diversas pessoas na sua empresa. Por isso, é necessário que ele comunique bem sobre sua persona. Descreva-a de **maneira narrativa**, como se estivesse falando sobre alguém que você conhece.

Consegui visualizar mentalmente esse perfil? Então dê só uma olhada nesse nosso exemplo (<http://marketingdeconteudo.com/wp-content/uploads/2014/11/personabuyerexemplo1.png>) para facilitar as coisas.

Esses conteúdos vão te ajudar a estruturar melhor as suas personas:

- Aprenda o que são Buyer Personas e como criá-las (<http://marketingdeconteudo.com/personas/#estruturando>)
- [FERRAMENTA GRATUITA] O Gerador de Personas (<http://marketingdeconteudo.com/gerador-de-personas/>)
- The Complete Guide to Developing and Using Buyer Personas (<https://www.singlegrain.com/buyer-personas-2/complete-guide-developing-using-buyer-personas/>)
- How To Develop Your Buyer Persona And Reel In Better Customers (<http://www.forbes.com/sites/theyec/2014/10/28/how-to-develop-your-buyer-persona-and-reel-in-better-customers/#1a254699791b>)
- The Complete, Actionable Guide to Marketing Personas (<https://blog.bufferapp.com/marketing-personas-beginners-guide>)

**Parte 6****Tipos de persona (B2B X B2C)**

Para estruturar a sua persona também é necessário levar em conta o **tipo de modelo de seu negócio**: B2B ("Business to Business", ou em outras palavras: de empresa para empresa).

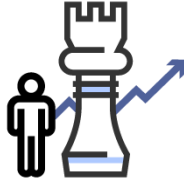
E, para cada um irá existir diferenças básicas na criação do perfil de sua persona. Por exemplo: O que aquela empresa leva em consideração na hora de decidir sobre uma compra? Qual o tempo médio gasto para decidir a respeito de uma compra? Quais são os aspectos decisivos para decidir entre os produtos de uma marca ou de outra?

Em resumo: além das perguntas feitas também no modo B2C, aqui é importante **entender um pouco mais sobre os processos internos e burocráticos daquele negócio**.



Esses conteúdos vão te ajudar a entender melhor sobre personas B2B e B2C:

- Marketing de conteúdo para B2B e B2C: entenda as diferenças (<http://marketingdeconteudo.com/b2b-e-b2c/>)
- Aprenda o que são Buyer Personas e como criá-las (<http://marketingdeconteudo.com/personas/#estruturando>)
- How to Develop Rockstar B2B Buyer Personas (<https://www.referralsasquatch.com/b2b-buyer-personas/>)
- A Step-by-Step Guide For Creating A B2C Buyer Persona (<http://iterativemarketing.net/step-step-guide-creating-b2c-buyer-persona/>)



## Parte 7

### Como aplicar a persona na sua estratégia de marketing?

Criou a sua persona ideal? Ótimo! Então agora é hora de finalmente aplicá-la a sua estratégia de marketing. Mas como fazer isso?

Simples: através da criação de conteúdos voltados exclusivamente para esses perfis — e nos lugares certos.

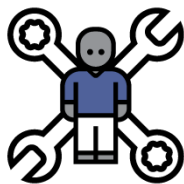
Quando sua estratégia de marketing digital é voltada para um perfil específico (e não um grupo generalizado) fica mais fácil **acertar o tom e o meio das suas mensagens**.

Desse jeito, é possível criar posts, ebooks, vídeos e outros conteúdos que **conversem com a persona**, achar o blog ou site que tenha o perfil ideal para ela, criar uma boa estratégia de geração de leads e por fim criar um modelo de capacitação de vendas que facilite o diálogo entre seus profissionais e aquele possível cliente.

Agora, se mesmo depois de tudo isso que dissemos por aqui você ainda estiver pensando que criar uma persona é algo que dá muito trabalho, não se preocupe, porque iremos resolver isso no próximo tópico.

### Esses conteúdos vão te ajudar a entender melhor como aplicar a persona em sua estratégia de marketing:

- Como conhecer seu público através do marketing de conteúdo (<http://marketingdeconteudo.com/conhecer-publico-atraves-marketing-conteudo/>)
- 6 Core Benefits of Well-Defined Marketing Personas (<http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/29583/6-Core-Benefits-of-Well-Defined-Marketing-Personas.aspx#sm.00018rccxm4q3ekdr8h2g6lyww2ee>)
- Why You Need A Persona-Based Content Marketing Strategy (<http://marketingland.com/why-you-need-persona-based-content-marketing-strategy-125582>)
- Confira 58 tipos diferentes de post que vão engajar a sua persona! (<http://marketingdeconteudo.com/tipos-de-post/>)



## Parte 8

### Quais ferramentas usar para construir a sua persona?

Imagine só que maravilha seria se existisse uma ferramenta que pudesse gerar as personas automaticamente para você. Pois, essa ferramenta existe. E nem é só uma!

Com base nas informações que você já tiver coletado sobre o público-alvo, alguns sistemas, como esse aqui da Rock Content em parceria com a Resultados Digitais

([http://geradordepersonas.com.br/?](http://geradordepersonas.com.br/?__hstc=125963474.f429c3f463b04eb0692306641f5a8b57.1462536495779.1473456408675.1473619138995.67&__hssc=125963474.1.1473619138995&__hsfp=)

[\\_\\_hstc=125963474.f429c3f463b04eb0692306641f5a8b57.1462536495779.1473456408675.1473619138995.67&\\_\\_hssc=125963474.1.1473619138995&\\_\\_hsfp=](http://geradordepersonas.com.br/?__hstc=125963474.f429c3f463b04eb0692306641f5a8b57.1462536495779.1473456408675.1473619138995.67&__hssc=125963474.1.1473619138995&__hsfp=) podem te ajudar **a criar a persona ideal para a sua estratégia de marketing com poucos cliques**.

E como de praxe, fizemos uma lista com algumas dessas ferramentas que poderão te ajudar no processo. Confira!

### Esses posts irão te ajudar a encontrar excelentes ferramentas para construir sua persona:

- [FERRAMENTA GRATUITA] O Gerador de Personas (<http://marketingdeconteudo.com/gerador-de-personas/>)
- Guia prático para criação de personas (Script) (<http://marketingdeconteudo.com/guia-criacao-personas/>)
- 12 Tools & Resources to Help You Create Better Buyer Personas (<http://blog.hubspot.com/marketing/buyer-persona-research-tools#sm.000005eafisz7lepeqwws9yf12239>)

- How to Quickly & Easily Create a Buyer Persona [Free Tool] (<http://blog.hubspot.com/marketing/create-buyer-persona-makemypersona#sm.00018ccxm4q3ekdr8h2g6lyww2ee>)



## Parte 9

### Como a persona pode ajudar no seu processo de vendas

Como você pode ver, a criação de uma persona tem um papel fundamental na estratégia de marketing, pois permite criar **um tipo de conteúdo mais específico, que fale diretamente com potenciais clientes**.

Além do marketing, personas são muito importantes para o processo de vendas também! Para esse time, a persona é importante para criar **um processo mais natural de contato com a marca e com os produtos ou serviços** dela, derrubando, dessa forma, algumas barreiras de contato e criando um relacionamento mais duradouro.

Por isso, é tão importante que tanto a equipe de vendas quanto a de marketing trabalhem juntas na hora da criação das personas daquele negócio.

**Esses conteúdos vão te ajudar a entender melhor como a persona pode ajudar no seu processo de vendas:**

- Como avançar no funil de vendas por meio do marketing de conteúdo (<http://marketingdeconteudo.com/como-avancar-no-funil-de-vendas/>)
- Dicas de vendas: as 15 melhores para aumentar sua conversão (<http://marketingdeconteudo.com/dicas-de-vendas/>)
- How To Build Buyer Personas For Better Marketing (<https://www.shopify.com/blog/15275657-how-to-build-buyer-personas-for-better-marketing>)
- How to Build Buyer Personas That Build Sales (<http://contentmarketinginstitute.com/2016/05/build-buyer-personas/>)



## Parte 10

### Erros comuns

Para evitar alguns erros na hora de criar as personas da sua estratégia de marketing, nada melhor do que ficar atento naqueles que são os mais comuns de se ver no mercado.

#### Criar muitas personas para o mesmo negócio

Ter uma persona bem definida é ótimo para o seu negócio. No entanto, uma grande quantidade de personas pode acabar desviando a atenção de quem você deveria estar realmente se comunicando. Por isso, foque em criar no máximo 2 ou 3 para a sua empresa – mas já sabendo que a maioria dos negócios consegue se dar muito bem com apenas 1.

#### Esquecer do funil de vendas

Nunca se esqueça que uma persona deve seguir através do funil de vendas, por isso é bastante importante entender como ela se comportaria em cada uma das etapas do processo.

#### Focar em personas que não compram

Uma persona pode ser excelente no papel, mas não ter o menor interesse pela sua marca. Por isso, foque apenas naquelas que podem de fato trazer benefícios para o seu negócio. Lembre-se que a persona deve representar seu cliente ideal.

#### Se basear em suposições ou opiniões pessoais

Não é porque você é o dono de um negócio que você sabe todas as respostas sobre ele. Portanto, na hora de criar uma persona, faça muitas perguntas e muita pesquisa. Só assim será possível entender qual é o verdadeiro perfil de uma persona.

**Esses conteúdos vão te ajudar a não cometer erros durante a construção de sua persona:**

- Personas: Tudo o que você sempre quis saber (<http://www.marketingdeconteudo.com.br/marketing-de-conteudo/personas-tudo-o-que-voce-sempr-quis-saber/>)
- Developing Content Personas. 4 Mistakes You Should Avoid (<https://www.searchenginejournal.com/developing-content-personas-4-mistakes-avoid/67812/>)
- Os 7 maiores erros de Marketing De Conteúdo para evitar em 2016 (<http://marketingdeconteudo.com/maiores-erros-de-marketing-de-conteudo/>)
- 8 Rookie Mistakes You Might Be Making With Buyer Personas (<http://blog.hubspot.com/marketing/rookie-mistakes-buyer-personas#sm.00018ccxm4q3ekdr8h2g6lyww2ee>)

Faça o download do guia em PDF.  
Aprenda onde quiser e quando quiser!

Baixar meu guia (<http://materiais.rockcontent.com/novo-template-personas>)

A Rock Content	Recursos	Blogs	Ferramentas	Seja cliente	Links úteis
Quem somos nós ( <a href="https://rockcontent.com/pt-br/quem-somos-nos">https://rockcontent.com/pt-br/quem-somos-nos</a> )	Blog ( <a href="https://marketingdeconteudo.rockcontent.com/blog">https://marketingdeconteudo.rockcontent.com/blog</a> )	Marketing de Conteúdo ( <a href="http://marketingdeconteudo.rockcontent.com/">http://marketingdeconteudo.rockcontent.com/</a> )	Guru PME ( <a href="http://www.gurupme.com/">http://www.gurupme.com/</a> )	Serviços ( <a href="https://rockcontent.com/pt-br/servicos">https://rockcontent.com/pt-br/servicos</a> )	Certificação gratuita ( <a href="https://universidade.rockcontent.com/cursos/marketing-de-marketing-digital/">https://universidade.rockcontent.com/cursos/marketing-de-marketing-digital/</a> )
ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer
ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer
O que a Rock faz ( <a href="https://rockcontent.com/pt-br/o-que-a-rock-faz">https://rockcontent.com/pt-br/o-que-a-rock-faz</a> )	Cursos ( <a href="http://universidade.rockcontent.com/cursos">http://universidade.rockcontent.com/cursos</a> )	Marketing de Conteúdo ( <a href="http://marketingdeconteudo.rockcontent.com/">http://marketingdeconteudo.rockcontent.com/</a> )	Parcerias (agências) ( <a href="http://geradordepersonas.rockcontent.com/">http://geradordepersonas.rockcontent.com/</a> )	Parcerias (agências) ( <a href="https://rockcontent.com/pt-br/parcerias">https://rockcontent.com/pt-br/parcerias</a> )	Vagas em Marketing ( <a href="http://vagas.marketingdeconteudo.com/">http://vagas.marketingdeconteudo.com/</a> )
ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer
Carreiras / Vagas ( <a href="https://rockcontent.com/pt-br/carreiras-vagas">https://rockcontent.com/pt-br/carreiras-vagas</a> )	educativos? ( <a href="https://rockcontent.com/pt-br/educativos">https://rockcontent.com/pt-br/educativos</a> )	Saia do Lugar ( <a href="http://saia.dolugar.com.br/">http://saia.dolugar.com.br/</a> )	Calculadora de sucesso? ( <a href="http://calculadordesucesso.rockcontent.com/">http://calculadordesucesso.rockcontent.com/</a> )	Clientes ( <a href="https://rockcontent.com/pt-br/clientes">https://rockcontent.com/pt-br/clientes</a> )	Guia de Inbound ( <a href="http://materials.rockcontent.com/inbound-marketing">http://materials.rockcontent.com/inbound-marketing</a> )
ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer
Seja um freelancer ( <a href="https://rockcontent.com/pt-br/seja-um-freelancer">https://rockcontent.com/pt-br/seja-um-freelancer</a> )	freelancers? ( <a href="https://rockcontent.com/pt-br/freelancers">https://rockcontent.com/pt-br/freelancers</a> )	Comunidade ( <a href="https://comunidade.rockcontent.com/">https://comunidade.rockcontent.com/</a> )	Calculadora de sucesso? ( <a href="http://calculadordesucesso.rockcontent.com/">http://calculadordesucesso.rockcontent.com/</a> )	Calculadora de sucesso? ( <a href="https://rockcontent.com/pt-br/calculadora-de-sucesso">https://rockcontent.com/pt-br/calculadora-de-sucesso</a> )	definitivo? ( <a href="https://rockcontent.com/pt-br/definitivo">https://rockcontent.com/pt-br/definitivo</a> )
ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer
Guia de estilo ( <a href="https://rockcontent.com/pt-br/guia-de-estilo">https://rockcontent.com/pt-br/guia-de-estilo</a> )	Pesquisas ( <a href="https://inteligencia.rockcontent.com/">https://inteligencia.rockcontent.com/</a> )	Inteligência ( <a href="https://inteligencia.rockcontent.com/">https://inteligencia.rockcontent.com/</a> )	Inteligência ( <a href="https://inteligencia.rockcontent.com/">https://inteligencia.rockcontent.com/</a> )	Fazer avaliação gratuita ( <a href="https://rockcontent.com/pt-br/materiais.rockcontent.com/avaliacao-de-marketing-gratuita-mkt-digital/">https://rockcontent.com/pt-br/materiais.rockcontent.com/avaliacao-de-marketing-gratuita-mkt-digital/</a> )	avaliacao-de-marketing-gratuita? ( <a href="https://materiais.rockcontent.com/avaliacao-de-marketing-gratuita-mkt-digital/">https://materiais.rockcontent.com/avaliacao-de-marketing-gratuita-mkt-digital/</a> )
ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer	ut_source=site&utm_medium=footer

Receba novidades por email

 (<https://www.facebook.com/werockcontent>)

 (<https://www.instagram.com/rockcontent>)

 (<https://www.youtube.com/user/trockcontent>)

 (<https://twitter.com/rockcontent>)

 (<https://plus.google.com/+Rockcontent/posts>)

 (<https://www.linkedin.com/company/rock-content>)

 (<https://medium.com/marketing-hackers>)

 (<http://feeds.feedburner.com/MarketingDeConteudo>)



([https://rockcontent.com/?utm\\_source=site&utm\\_medium=footer](https://rockcontent.com/?utm_source=site&utm_medium=footer))

© 2013-2018 Rock Content. Todos os direitos reservados. - Política de Privacidade ([http://rockcontent.com/politica-de-privacidade/?utm\\_source=site&utm\\_medium=footer](http://rockcontent.com/politica-de-privacidade/?utm_source=site&utm_medium=footer)).  
Feito com  no San Pedro Valley.